

VI RELAZIONE SULLA GESTIONE

Signori azionisti l'esercizio 2005 appare in controtendenza rispetto al precedente 2004. La principale novità è il ritorno dei conti in nero. L'incremento di fatturato, seppur contenuto si affianca al netto miglioramento degli indicatori di redditività e di quelli finanziari in genere. L'aumento di fatturato del 10% previsto nella relazione di bilancio del 2004 è in realtà stato del 0,74% . Il volume d'affari si è assestato nel 2005 a € 157.961.126.

A partire dal secondo semestre, con la cooptazione a Presidente di Antonio Masenza, già Amministratore Delegato a seguito delle dimissioni dal Cda per motivi personali di Adolfo Savini, è iniziata una massiccia attività di rifocalizzazione dell'azienda, culminata con il CeBIT 2006 (importante fiera di settore che si svolge ad Hannover) dove Olidata ha esposto numerosi nuovi prodotti caratterizzati da un design innovativo e specifiche tecnologicamente avanzate.

L'introduzione del marchio Olidata Design e la preparazione della nuova linea di case desktop che verranno immessi sul mercato a partire dalla fine del secondo trimestre contribuiranno al rilancio delle vendite nel settore retail (grande distribuzione) dove la società sta modificando la sua strategia nel tentativo di acquisire maggiore competitività e mercato nel settore notebook e computer di fascia medio alta grazie ad elevati contenuti di ergonomia e design.

Le principali attività svolte in Olidata alla ricerca di una ottimizzazione della propria attività sono in pratica le seguenti:

- "Rimodulazione" dei mercati di riferimento
- Modifica della logica produttiva e delocalizzazione per la preparazione di alcune componenti
- Incremento della ricerca nel design, nella tecnologia e nell'ergonomia
- Riduzione delle materie prime in termini di "componenti" equivalenti ed alternative
- Creazione di una sinergia tra mercati differenti
- Contenimento dei costi interni ed operativi
- Continua ricerca nei mercati asiatici di nuovi prodotti e lancio di nuove linee

Inoltre il 2005 è stato caratterizzato dallo studio di un nuovo progetto che potrebbe concretizzarsi a fine 2006 prima metà del 2007. Tale progetto prende il nome di IT Alliance.

Rimodulazione dei mercati di riferimento

La rimodulazione dei mercati di riferimento non è altro che il tentativo di recuperare marginalità, numeri e fatturato. I mercati di riferimento di Olidata sono sempre stati, tradizionalmente, quello retail e quello dei rivenditori affiancati a partire dal 1998 dalle vendite alla Pubblica Amministrazione.

Attraverso un leverage del brand attuato con importanti iniziative marketing, tra cui la sponsorizzazione della nazionale italiana di calcio, Olidata si è focalizzata sul mercato professionale e sulle gare pubbliche nei mercati italiano ed a partire dalla fine del primo quarto 2006 tedesco ed olandese. Le gare sul mercato tedesco verranno seguite attraverso la propria filiale, quelle sul mercato Olandese attraverso il proprio distributore. Il mercato dealer, invece, rimane un importante veicolo attraverso cui penetrare il mondo delle piccole e medie imprese. Il canale Retail, in particolare quello legato alla GDO (definita non specializzata) appare genericamente in affanno in Europa nel settore IT a causa della concorrenza delle catene specializzate. La loro gamma di prodotti, come penetrazione di mercato, sta pericolosamente deviando verso il primo prezzo e l'entry level. Per questo motivo anche in questo segmento Olidata sta rifocalizzando le sue attività cercando di cooperare con i propri clienti GDO ed offrendo configurazioni e prodotti innovativi. L'introduzione di nuovi "concept" e di nuove tecnologie, abbinate al nuovo logo *Olidata design* contribuirà in maniera determinante al successo di questo riposizionamento. Nel settore retail inoltre è in atto il tentativo di ampliare, attraverso la propria struttura di venditori dislocata sul territorio, la penetrazione nel mercato delle catene specializzate.

L'introduzione di una linea completa di Server e la partnership siglata con Sun Microsystem e Supermicro permetteranno l'introduzione di una completa linea di Server e la possibilità di crescere in un mercato con maggiore valore aggiunto e che offre anche una maggiore visibilità in termini di brand e tipologia di clientela.

Modifica della logica produttiva e delocalizzazione per la preparazione di alcune componenti

Con l'innalzamento del costo del lavoro in Europa ed il vantaggio competitivo offerto dai mercati asiatici, aggiunto alla necessità di aumentare la propria capacità produttiva, ridurre i costi di logistica Olidata ha deciso di iniziare una attività di preparazione dei calcolatori presso uno stabilimento nella

zona di Shenzhen, vicino Hong Kong in Cina Rossa. Il risparmio previsto per ogni singolo calcolatore dovrebbe essere tra i 10 ed i 12 Euro.

Ovviamente la possibilità di personalizzazione del computer rimane immutata in quanto in tale stabilimento vengono assemblati esclusivamente case, alimentatore, ottico, mother-board, cavetti e minuteria (ferriti, ecc.). L'attività di completamento avviene nel ns. stabilimento in Cesena con l'aggiunta di Hard Disk, CPU, RAM ed eventuale VGA discreta. In questo modo l'attività di assemblaggio si riduce drasticamente. La qualità del prodotto finito appare essere superiore a quella ottenuta con un assemblaggio totalmente effettuato in fabbrica a Cesena.

Il volano per poter realizzare questa nuova modalità operativa sarà rappresentato dalla gara CONSIP per 60000 desktop, di cui CONSIP ha divulgato già una graduatoria provvisoria non in base alla quale Olidata risulta essere la prima aggiudicataria.

Incremento della ricerca nel design, nella tecnologia e nell'ergonomia

La rinnovata filosofia di Olidata di concentrarsi sul design, sulla qualità e su prodotti innovativi, trova nel 2005 la creazione del logo Olidata design. Tale logo marchierà una serie di nuovi prodotti, a partire da due nuovi PC desktop introdotti durante la fiera di Hannover a marzo 2006 (Cebit). La necessità di diversificazione trova giustificazione anche tenuto conto della necessità di offrire di più, non solo in termini di prezzo o di immagine, ma anche in termini di ergonomia, soluzioni e tecnologia. Una sensazione dell'impegno di Olidata su questa nuova linea Olidata Design è testimoniato dal fatto che su due case desktop siano stati registrati brevetti per ben sei idee innovative.

Riduzione delle materie prime in termini di "componenti" equivalenti ed alternative

L'adozione di una componente di per sé interessante per il famoso rapporto prezzo/prestazioni determina una serie di costi occulti difficilmente quantificabili, ma immediatamente evidenti. Tali costi riassumibili nella voce *costi di commercializzazione* sono determinati da una visione non corretta del mercato IT. In definitiva l'eccessiva rotazione di nuove componenti tecnologiche in affiancamento ad altre già adottate determina la crescita indefinita delle possibili configurazioni e combinazioni di PC, l'aumento dello stock di magazzino, l'aumento della probabilità della mancanza parti su determinate

configurazioni, l'aumento dei costi per la gestione del post vendita, l'aumento dei costi di formazione del personale. Per meglio comprendere questo aspetto ci focalizziamo su una mother board, componente che assorbe un costo medio compreso tra l'8% ed il 14% di un PC finito. A parità di funzionalità possono esistere decine di motherboard diverse con lievi differenze in termini di espandibilità, basate su chipset di produttori differenti (VIA, ATI, NVIDIA, Intel, SIS, ecc.). Olidata in passato pensava che una ampia gamma di mother board fosse sinonimo di un'ampia gamma di prodotti. In realtà la singola componente non è rappresentativa del prodotto, ma viceversa è il prodotto che è rappresentativo dell'azienda. Pertanto la logica marketing si è spostata dalla possibilità di scegliere il singolo costruttore di ogni singola componente a quella di offrire il classico miglior rapporto prezzo/prestazione. In questo modo i modelli di mother board per PC sono passate da 15 di inizio 2005 a solo 3 di fine 2005. Oggi i nostri prodotti sono più performanti, costano meno sia in termini di produzione, grazie al fatto di avere concentrato maggiori volumi su alcuni fornitori per alcuni prodotti, sia in termini di magazzino che in termini di assistenza. Sono molto più affidabili poiché il reparto tecnico deve analizzare un minor numero di combinazioni tecnologiche e di conseguenza possono affinarne meglio la messa a punto.

Creazione di una sinergia tra mercati differenti

La scelta strategica dell'azienda di ridurre al minimo il numero di prodotti e di fornitori dovrebbe portare i primi risultati visibili a partire dall'inizio del secondo semestre 2006: tale strategia consiste nella diminuzione drastica della quantità di prodotti con caratteristiche similari e nella concentrazione dell'acquisto di questi ultimi presso un numero ristretto di fornitori.

Nella metà del 2005, prima dell'inizio della stagione di pick, Olidata si presentava con un'offerta di circa una decina di prodotti della stessa tipologia caratterizzati da differenze tecniche minime; a partire da settembre 2005 gli sforzi si sono concentrati nell'individuazione di un line up prodotti che prevedesse al massimo tre tipologie della stessa componente.

L'attuazione di tale strategia, ancora in corso, dovrebbe essere ultimata entro la fine del 2006, porterà indubbi benefici in termini di gestione operativa: l'obiettivo è di mantenere stock piuttosto elevati delle componenti selezionate, ottenendo su queste ultime, attraverso trattative più importanti con un numero

ristretto di supplier, prezzi decisamente più vantaggiosi.

Questo permetterà altresì un incremento nelle performance dei tempi di consegna verso il cliente, aspetto che riteniamo fondamentale sia per il mercato corporate che per quello professionale.

L'offerta verso i due mercati verrà differenziata attraverso il lancio di nuovi di pc e notebook, che permetterà di identificare linee diverse per usi home o office del calcolatore.

L'azienda investe da anni sulla riconoscibilità dei propri prodotti dal punto di vista estetico e di design, il lancio della nuova linea di PC risponde in maniera efficace a questa esigenza

Contenimento dei costi interni ed operativi

L'ulteriore contenimento dei costi interni ed operativi verrà attuato attraverso una delocalizzazione dell'asset produttivo, resa possibile grazie ad un accordo con un importante gruppo industriale situato nell'area di Shenzhen ,Cina.

Gli stabilimenti in Cina, ricevuti le diverse componenti dai vari fornitori di Olidata situati in Cina, Korea, Giappone, si occuperanno di una prima fase di assemblaggio del personal computer:

il pc verrà poi ultimato e testato presso gli stabilimenti Italiani in base alle diverse richieste di personalizzazione dei clienti.

Questo permetterà notevoli risparmi in termini di costi operativi, salvaguardando la flessibilità che contraddistingue Olidata.

La diminuzione del numero di prodotti con caratteristiche simili porterà ulteriori benefici in termini di gestione delle scorte e di costi per servizi post vendita.

La selezione di tali prodotti è effettuata altresì nell'ottica di assicurare al prodotto una maggiore vita produttiva.

Questo è realizzato selezionando prodotti di fascia medio alta che, se da un punto di vista possono penalizzare in termini di competitività, dall'altro prevedono minori costi di gestione: la scelta di prodotti qualitativamente e tecnicamente migliori incrementerà altresì la percezione del brand Olidata.

Continua ricerca nei mercati asiatici di nuovi prodotti e lancio di nuove linee

Lo sforzo logistico correlato con le nuove strategie di scelta prodotti e di delocalizzazione della

produzione, prevede una presenza costante presso i fornitori di riferimento e presso il nuovo plant di Shenzhen.

In tal senso è prossima l'apertura presso i nuovi stabilimenti di un ufficio Olidata supervisionato dall'ufficio acquisti italiano, che avrà l'obbligo di verificare le forniture e la qualità del prodotto semilavorato.

Olidata intende allargare e diversificare la propria offerta di prodotti, a questo proposito sono allo studio prototipi di prodotti per l'home entertainment (tv di grandi formati), sistemi satellitari per autovetture, sistemi di video sorveglianza ed è imminente il lancio di una nuova linea di accessori e di riproduttori MP3: nella continua ricerca di prodotti, linee e idee innovative e tecnologicamente avanzate diventa fondamentale una maggiore presenza del product management in Far east .

Progetto IT ALLIANCE

Questo progetto prende le mosse dalla situazione di mercato europea. Ogni nazione in Europa ha uno o più leader locali (regional leader) che detengono quote di mercato comprese tra il 5% ed il 13% circa. Questa quota cala se riferita esclusivamente al mercato notebook, ma comunque rimane superiore al 7%. Ognuna di queste aziende, quindi, ha una buona posizione di mercato, esiste da oltre 15 anni, ha riserve e patrimonializzazione elevata rapportata al fatturato, ha prodotto negli anni importanti utili per i soci. Qualcuna di queste aziende è quotata. Ognuna di queste aziende opera prevalentemente nel mercato interno di riferimento e si trova a dover subire una concorrenza agguerrita da parte delle multinazionali di Taiwan o americane. Nessuna di queste ha dimensioni tali da poter essere ritenuta dai fornitori di tecnologia un player multinazionale. L'insieme di queste realtà potrebbe rappresentare una nuova realtà europea con cui confrontarsi, in grado di controllare una quota di mercato di circa il 10% e con fatturati superiori ai due miliardi di Euro forse tre.

Olidata ha già provveduto ad avere contatti con alcune di queste realtà nel tentativo di dar vita ad un gruppo integrato ed omogeneo che possa essere maggiormente competitivo. Le modalità di integrazione sono allo studio. Non sono da escludere eventuali acquisizioni e/o fusioni. Olidata si impegna a fornire ulteriori dettagli non appena disponibili.

Relazione Finanziaria

L'esercizio 2005, caratterizzato da una competizione accesa, si propone in controtendenza con i risultati ottenuti nell'anno 2004, chiudendosi con un incremento di fatturato e un deciso miglioramento degli indicatori di redditività.

Un volume d'affari di € 157.961.126, significativo se considerato che i primi otto mesi del 2005 erano stati contraddistinti da una tendenziale diminuzione della domanda di PC e notebook, ha permesso di ottenere:

- un margine operativo lordo di € 3.279.079, pari al 2,08% del venduto, in incremento dello 0,51% rispetto al medesimo indicatore del 2004;
- un reddito operativo di € 1.558.644, pari allo 0,9867% delle vendite, in incremento dello 0,4196% sul dato espresso nel 2004;
- un utile ante imposte di € 643.545, pari allo 0,4074% in netta contrapposizione con la perdita ante imposte di € 2.088.323 del 2004;
- un utile netto di € 177.160, pari allo 0,1121% del fatturato differente dal risultato conseguito nel precedente esercizio in perdita di € 1.787.642;

La ripresa dei valori di redditività valorizzati dai margini di contribuzione sono meglio riflessi dai seguenti indicatori:

ROI pari al 1,66%, ROS pari al 0,99% e ROE pari al 0,48% rispecchiano incrementi rispettivi dello 0,67%, dello 0,42% e del 5,33% sui medesimi indici del 2004.

Il valore dell'indebitamento di fine periodo assume valori pressoché uguali a quanto rilevato nel 2004 sia in termini percentuali, rapportato al totale del passivo, che in valore assoluto, discostandosi di un - 1,32%.

Tuttavia nel corso del 2006 tale valore avrà un maggior peso prevedendo un indebitamento medio di circa 50 mln di euro con un impatto complessivo degli oneri finanziari sul conto economico non superiore all'1%: tale maggior valore avrà luogo per far fronte all'approntamento delle forniture inerenti alla stipula delle convenzioni Consip corrispondenti nell'ordine di nr. 300 server midrange, nr. 3000 server entry e nr. 60.000 PC desktop.

L'analisi dei costi finanziari del 2005 riferisce di un'incidenza degli oneri dello 0,47% in diminuzione dello 0,19% rispetto a quella rilevata nel 2004, contro un'incidenza delle perdite su cambi dello 0,66% in aumento dello 0,60%.

Il cash flow evidenzia la mancanza di liquidità nella gestione reddituale, deficitaria di 3,085 mln di euro, causata da un flusso monetario del periodo negativo per 4,27 mln di euro, col conseguente incremento di 1,68 mln di euro dell'indebitamento a breve sul dato di inizio anno.

Lo sviluppo del fatturato su commesse pubbliche quali Inps e Ministero dell'Interno, o Regione Emilia Romagna oltre che agli impegni corrisposti a fine anno con i principali fornitori di tecnologia partners per l'assolvimento delle gare Consip hanno aumentato la velocità di rigiro dei crediti di 13 gg portando il tempo dell'incasso medio a 110 gg.

Per quanto attiene invece alla velocità di rigiro dei debiti, il dato riportato è di 35 gg in aumento di 11 gg.

L'analisi della liquidità, conferma una struttura finanziaria bilanciata e tale rispondenza è confermata dagli indicatori finanziari espressi dal capitale circolante netto, dal margine di struttura e dal margine di tesoreria:

- il valore del capitale circolante netto pari ad € 32.846.705, rapportato al totale dell'attivo incide per il 34,90%, in diminuzione dello 1,53% rispetto allo stesso valore riclassificato del 2004;
- il margine di tesoreria esprime un valore di € 9.622.472 in aumento dell' 1,87% rispetto ai € 9.445.791 del 2004;
- il margine di struttura evidenzia un miglioramento del 3,02% rispetto al valore del 2004.

La società al 31/12 riportava un affidamento bancario di 81,98 mln di euro utilizzato per il 27,61%.

Alla data della presente relazione l'affidamento è aumentato di ulteriori 33,75 mln di euro, portandosi così a € 115.73 mln con un indebitamento di circa il 29,48%.

La politica societaria in materia di copertura di rischio di cambio è cambiata con l'inizio del secondo semestre del 2005. Il riposizionamento su mercati a vendita per commessa ha generato il venir meno di operare sulla copertura del valore di magazzino anziché sull'acquisto stesso: la conseguenza è che non viene più prodotto il sistematico acquisto dei dollari per coprirne il debito in funzione del fatturato giornaliero espresso, sul quale veniva ribaltato il maggior valore di vendita per effetto dell'adeguamento del listino alle variazioni percentuali del dollaro sull'euro, ma bensì si opera con la copertura dal rischio di cambio sulla base del tender acquisito.

L'obiettivo del 2006, alla luce dell'aggiudicazione di importanti gare pubbliche, si pone in un raggiungimento del fatturato di € 160 mln con una redditività netta di almeno l'1%.

NOTIZIE GENERALI

La società non detiene partecipazioni in società quotate; in relazione alle imposte anticipate e differite si fa rinvio al dettaglio ed analisi fornite in nota integrativa. Le parti correlate sono rappresentate dalla società controllante Poseidone S.p.A. e collegata Fase Fintek S.A. che non hanno alcuna influenza nell'ambito della gestione ed amministrazione societaria ne' diretta ne' indiretta, come meglio riportato in nota integrativa.

DIRETTORE GENERALE - DIRETTORE DI STABILIMENTO

Nell'organigramma della società non esiste la figura del direttore generale. E' prevista quella del direttore di stabilimento, il quale ricopre alcune delle funzioni tipiche del direttore generale, mentre altre funzioni proprie di tale figura sono svolte dai direttori di altre "divisioni" dell'impresa. L'organizzazione della vita d'impresa non risente della mancanza della figura del direttore generale, le cui funzioni sono ben surrogate da altre figure professionali.

DOCUMENTO PROGRAMMATICO SULLA SICUREZZA

Ai sensi dell'Art. 34 del D. Lgs. 196/03 è stato approntato, approvato dal Consiglio di Amministrazione di Olidata S.p.A., in data 27 marzo 2006 ed attuato il Documento Programmatico Sulla Sicurezza è adottato, ai sensi dell'art. 34 del D. Lgs. 196/03, per definire le politiche di sicurezza in materia di trattamento di dati personali, ed i criteri organizzativi per la loro attuazione.

In particolare il Documento Programmatico Sulla Sicurezza contiene idonee informazioni riguardo:

- 1) l'elenco dei trattamenti di dati personali e la distribuzione dei compiti e delle responsabilità nell'ambito delle strutture preposte al trattamento dei dati;

- 2) l'analisi dei rischi che incombono sui dati e le misure da adottare per garantire l'integrità e la disponibilità dei dati, nonché la protezione delle aree e dei locali, rilevanti ai fini della loro custodia e accessibilità
- 3) la descrizione dei criteri e delle modalità per il ripristino della disponibilità dei dati in seguito a distruzione o danneggiamento, nonché la previsione d'interventi formativi degli incaricati del trattamento per renderli edotti dei rischi individuati e dei modi per prevenire i danni.;
- 4) la descrizione dei criteri da adottare per garantire l'adozione delle misure minime di sicurezza in caso di trattamenti di dati personali affidati, in conformità al codice, all'esterno della struttura del titolare.

Il Documento Programmatico Sulla Sicurezza, adottato da Olidata S.p.A., con Sede in Cesena; definisce le politiche e gli standard di sicurezza in merito al complesso di operazioni dalla stessa effettuate, concernenti la raccolta, registrazione, organizzazione, conservazione, consultazione, elaborazione, modificazione, selezione, estrazione, raffronto, utilizzo, interconnessione, blocco, comunicazione, diffusione, cancellazione, distruzione di dati personali.

Il Documento Programmatico Sulla Sicurezza si applica al trattamento di tutti i dati personali effettuato per mezzo di:

- Strumenti elettronici d'elaborazione
- Altri strumenti d'elaborazione (es. cartacei, audio, visivi e audiovisivi, ecc.)

Il Documento è conosciuto ed applicato da tutti gli Uffici dell'Amministrazione Aziendale.

Il contenuto è divulgato e spiegato a tutti gli incaricati; la parte che riguarda i dipendenti è divulgata e spiegata a cura dei diretti responsabili.

Eventuali situazioni di deviazione accertate rispetto a quanto precisato nel Documento devono essere rimosse nel più breve tempo possibile.

FATTI RILEVANTI INTERVENUTI SUCCESSIVAMENTE ALLA DATA DEL 31/12/2005 E PRIMA DELL'APPROVAZIONE DEL BILANCIO.

Oltre a quanto già riportato in precedenza non vi sono fatti rilevanti avvenuti dopo il 31 dicembre 2005 da segnalare.

ALTRE INFORMAZIONI

Passando ad illustrare quanto espressamente richiesto dallo art. 2428 del C.C. di seguito si riportano le informazioni relative a:

LE ATTIVITÀ DI RICERCA E DI SVILUPPO

Nel corso del 2006 come consuetudine, nuove risorse saranno dedicate alla realizzazione di nuove tecnologie che ci si auspica possano essere di immediata applicazione.

RAPPORTI CON IMPRESA CONTROLLANTE

I rapporti con la società POSEIDONE S.p.A. che controlla la OLIDATA S.p.A. si riferiscono solo a canoni di locazione.

RAPPORTI CON IMPRESA CONSOCIATA

Non vi sono stati rapporti alcuni con consociate.

AZIONI PROPRIE

La società non detiene azioni proprie in portafoglio né direttamente che indirettamente.

AZIONI POSSEDUTE DALLA SOCIETÀ CONTROLLANTE

La società controllante detiene n. 16.888.000 azioni Olidata, pari al 49,67% del capitale sociale. Nel corso dell'esercizio non ne sono state alienate.

PARTECIPAZIONI DETENUTE DAGLI AMMINISTRATORI, DAI SINDACI E DAI DIRETTORI GENERALI

Secondo quanto disposto da Consob con deliberazione 14 maggio 1999 n. 11971, si segnala le partecipazioni detenute dagli amministratori, dai sindaci e dai direttori generali nonché dai coniugi non legalmente separati e dai figli minori, direttamente o per il tramite di società controllate, di società

fiduciarie o per interposta persona, risultanti dal libro dei soci, dalle comunicazioni ricevute e dalle altre informazioni acquisite dagli interessati:

Cognome e Nome Dati in migliaia di euro	numero azioni possedute al 31.12.2004	numero azioni acquistate/vendute	numero azioni possedute al 31.12.2005
Alessandra Alessandri	-	-	0
Enrico Conte	-	-	0
tramite il coniuge in:			
- Fase Fintek S.A.	798		798
- Poseidone S.p.a.	5066,4		5066,4
Antonio Masenza	-	-	0
Massimiliano Poni	-	-	0
Marco Sangiorgi	-	-	0
Mauro Giennaccari	-	-	0
Scapicchio Luigi	-	-	0
Scala Mario	-	-	0
Mainini Pierangelo	-	-	0

PROPOSTE ALL'ASSEMBLEA

L'organo amministrativo rappresentato dal Consiglio di Amministrazione propone per l'assemblea ordinaria:

- a) di approvare il bilancio unitamente alla nota integrativa ed allegati;
- b) di destinare il risultato d'esercizio a Riserva Straordinaria;
- c) di procedere alla conferma e/o nuova nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione;
- d) nomina del Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- e) di procedere alla conferma e/o nuova nomina dei membri del Collegio Sindacale;
- f) nomina del Presidente del Collegio Sindacale.