

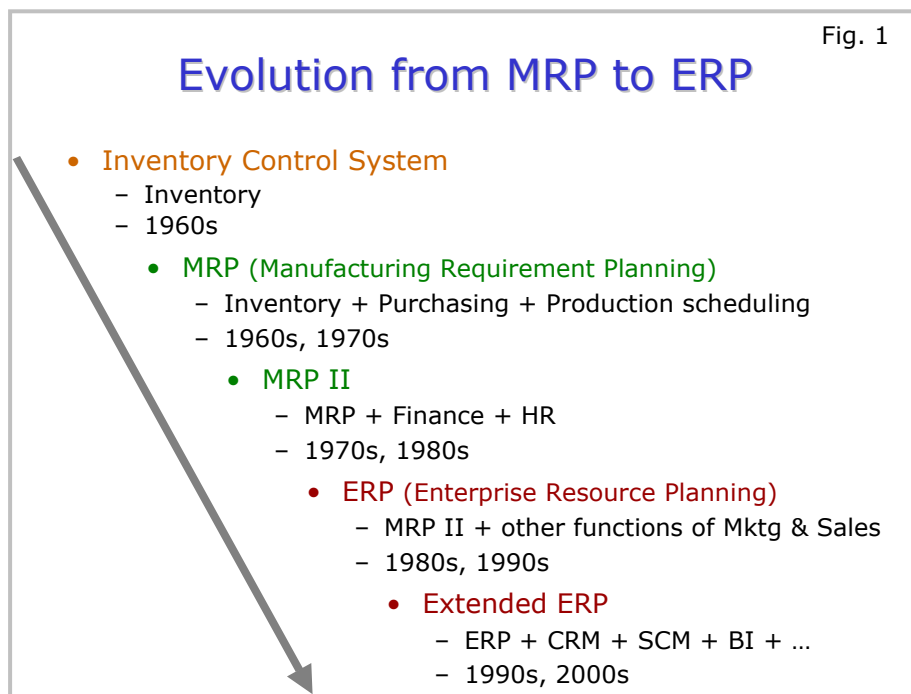
Evoluzione dell'offerta europea di ERP

Introduzione	1
SAP	2
Gruppo Formula	3
Axioma	5
Conclusione	6

Introduzione

L'attuale contesto economico, in rapida e continua evoluzione, costringe le aziende ad operare in presenza di livelli crescenti di competitività e complessità. Devono essere in grado di definire strategie vincenti, promuovere lo sviluppo del business, conseguire gli obiettivi contenendo i costi. Per mantenere posizioni di vantaggio è necessario innovare non solo i prodotti ma anche i processi. I sistemi IT sono di grande supporto se ben scelti, implementati ed utilizzati, in quanto possono facilitare la flessibilità di cui le aziende necessitano per differenziarsi sul mercato. In questo paper vediamo come l'offerta ERP (Enterprise Resource Planning) è evoluta nel tempo.

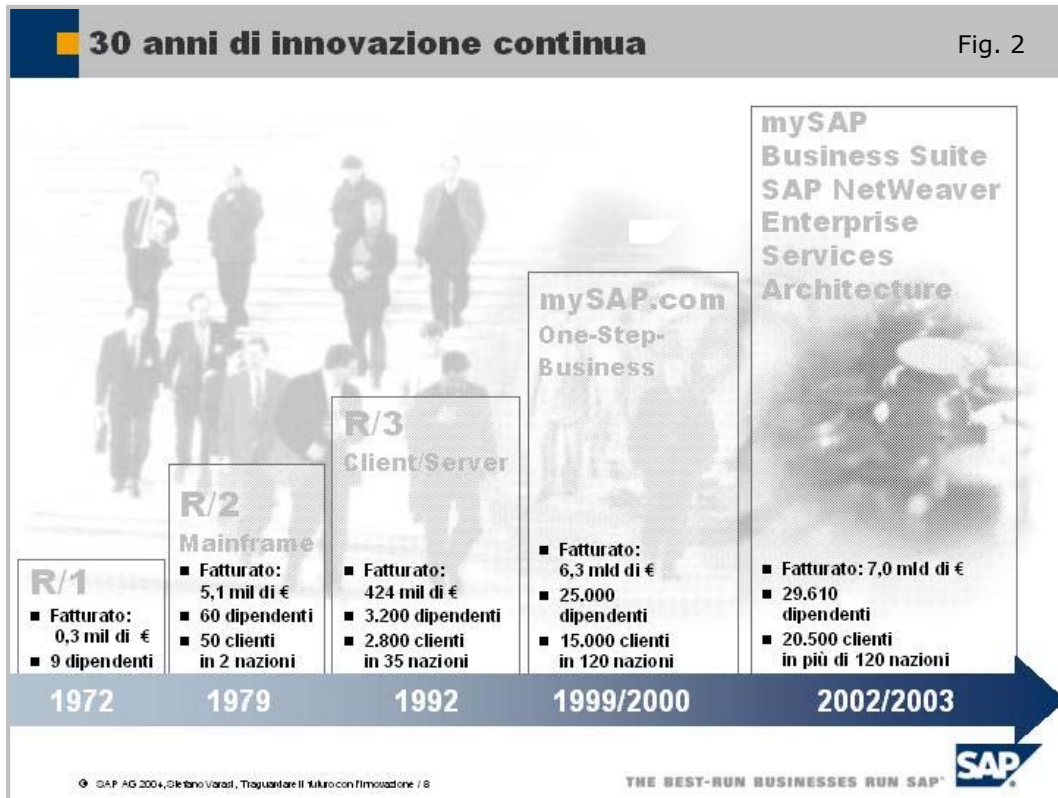
L'acronimo ERP è stato coniato nella prima metà degli anni '90 per indicare che la caratteristica principale di questi sistemi è la gestione integrata di tutte le risorse che partecipano alla creazione dei prodotti/servizi di un'azienda. Si tratta di un software gestionale che raggruppa diversi moduli, integrati tra loro in un unico database. In pratica, l'ERP è un'evoluzione dei sistemi MRP (Materials Requirement Planning), sviluppati inizialmente solo per la programmazione dei piani di produzione e per gestire i materiali al fine di migliorare l'efficienza nei sistemi manifatturieri. La loro area di offerta si è ampliata progressivamente (Fig.1) fino a includere le altre funzioni di "back office" come la gestione finanziaria, del magazzino, della logistica, del controllo qualità, delle risorse umane. Oggi la gamma di applicazioni si è ulteriormente allargata per integrare le varie componenti dei processi di business, includendo anche funzioni di "front office", come la gestione automatizzata della forza vendita, i sistemi di supply chain management, ecc.



Nei prossimi paragrafi, per meglio comprendere lo sviluppo dell'offerta europea, analizzeremo la storia di tre vendor ERP, il primo (SAP) opera a livello globale, gli altri due (Axioma e Formula) prevalentemente a livello nazionale.

SAP

Si tratta di un eccezionale caso di successo che nel giro di 30 anni trasforma una piccola azienda regionale in un leader di mercato a livello globale (Fig.2).



Nel 1972, cinque ex dipendenti IBM (Dietmar Hopp, Hans-Werner Hector, Hasso Plattner, Klaus Tschira, and Claus Wellenreuther) fondano in Germania SAP (Systems Analysis and Program Development). La loro vision è "to develop standard application software for real-time business processing". Dopo un anno il primo software è completato e sarà la base di partenza per lo sviluppo di altri SW che nel loro insieme costituiranno quello che passerà alla storia come "R/1 system". Entro la fine del decennio nascerà SAP R/2.

Negli anni '80, avviene la crescita di SAP e l'inaugurazione della nuova sede in Walldorf, vicino ad Heidelberg. Alla base del successo vi sono sia i prodotti sia l'abilità commerciale. La conferma è costituita dal fatto che il 50% delle 100 più grandi imprese industriali tedesche usano prodotti SAP. Poichè si tratta di imprese multinazionali, SAP incomincia a modificare R/2 in modo che possa operare in diverse lingue e con diverse valute. Con questa innovazione inizia la crescita rapida di SAP con l'apertura di filiali all'estero. Nel 1985 viene aperta in Austria la prima filiale estera e il fatturato raggiunge i 100 milioni di marchi (circa € 51 milioni). Nel 1988 SAP diventa una soc. per azioni e viene quotata in borsa; inoltre vengono aperte le filiali in Danimarca, Svezia, Italia, USA. Nel 1989, in Italia viene acquisito Italcementi come primo cliente e la struttura locale raggiunge le 11 persone.

Nel 1992 il sistema **R/3** viene presentato sul mercato e si afferma una **nuova visione del SW** basata su: client/server, interfacce grafiche uniformi nell'aspetto, uso consistente di database relazionali, la possibilità di essere installati su computer di diversi produttori. Con questo prodotto SAP introduce una nuova generazione di SW: da mainframe computing a three-tier architecture (database, applicazione e interfaccia per l'utente). In Italia viene creato l'ecosistema di Partner, fondato su 3 categorie: grandi Società di Consulenza (big 5); grandi costruttori di HW, tra cui HP; Software House più importanti sul territorio nazionale. Il primo cliente italiano di R/3 è Pirelli nel 1993.

Nel 1994 il fatturato realizzato in Germania è per la prima volta inferiore al 50% del totale. Nel 1995 viene organizzato in Italia il Primo SAPFORUM, con la partecipazione di 22 Partner e 1'000 visitatori.

Entro la fine del 1996, a livello mondiale, SAP riesce ad acquisire più di 1'000 nuovi clienti per il SW R/3 che risulta installato in più di 9'000 sistemi. SAP Italia crea il primo canale di vendita indiretto (VAR) e la Business Unit PMI. Inoltre, realizza la prima struttura centrale di supporto ai clienti (Local Support

Center), e il Training Center di Agrate. Viene anche ideata una iniziativa di formazione per neo-laureati italiani, orientata alla creazione di risorse con know-how SAP per il mercato.

In occasione del 25° anniversario della fondazione, SAP annovera circa 12'900 dipendenti e il focus è sulla creazione di soluzioni specifiche per singoli settori industriali. Anche in Italia il focus è sulle verticalizzazioni, inoltre parte l'iniziativa rivolta alle PMI con il nome "L'arte di fare Impresa".

Nel 1998 avviene a livello internazionale il lancio dell'iniziativa New Dimension: le soluzioni SAP per l'Extended ERP (BI, CRM, SCM). Il 3 Agosto 1998, il nome SAP appare per la prima volta sul tabellone del New York Stock Exchange (NYSE): il titolo è quotato nel più importante mercato azionario al mondo. SAP Italia focalizza anche la sua struttura organizzativa sui Mercati verticali: nascono le Business Units. Per meglio rispondere al problema dello "skill shortage", Istituti Superiori e Università italiane incominciano ad erogare corsi SAP.

Nel 1999 viene lanciata a livello internazionale la nuova piattaforma **mySAP.com**, ambiente e-business collaborativo.

Nel 2000 più di 10 milioni di utenti lavorano quotidianamente con soluzioni SAP. Nel mondo esistono 36'000 installazioni, 1'000 partners, più di 25 soluzioni specifiche per settore industriale, e 13'500 clienti in 120 paesi: SAP è il terzo produttore indipendente di SW nel mondo. Con Internet il focus si sposta sull'utente: viene sviluppato mySAPWorkplace e si incomincia a parlare di un portale aziendale (enterprise portal) che consenta l'accesso personalizzata alle informazioni in funzione delle esigenze e del ruolo professionale dell'utente.

In Italia, VIMAR è il primo cliente di mySAP.com. Inoltre, per rispondere alle esigenze della PMI, SAP lancia le "mybusinesSolution", applicazioni preconfigurate sviluppate dai Partner italiani che garantiscono tempi e costi di implementazione certi. Parte la campagna di pubblicità "La nuova New Economy", che denuncia in anticipo la bolla speculativa. Il tema di SAPFORUM 2000 è "Entra nella grande città dell'e-business". Nel 2001 nascono i SAPFORUM PMI, che portano in giro per l'Italia il modello di SAP per il mercato PMI.

Nel 2002 sulla base dell'esperienza italiana delle mybusinesSolution, SAP annuncia a livello mondiale la nuova iniziativa strategica per le PMI, che include il programma "mySAP All-in-One". Entro l'anno, i ricavi totali sono pari a €7.4 miliardi e il numero di dipendenti è circa 30'000. Più di 23'400 clienti nel mondo usano soluzioni SAP, installate in circa 79'800 postazioni. Nel 2003, SAP Business One viene presentato sul mercato italiano della Piccola Impresa.

Nel 2004 SAP incrementa il fatturato globale del 7% e si afferma negli USA dove il volume d'affari aumenta del 27%. A livello mondiale le installazioni sono 88'000, i partner 1'500, le soluzioni per mercati verticali più di 25, e i clienti circa 26'150 in 120 paesi. SAP si conferma terzo vendor di SW a livello mondiale.

Oggi il focus è su NetWeaver, una piattaforma di integrazione ideata per consentire ai clienti di collegare facilmente i loro sistemi legacy con la tecnologia SAP: mySAP ERP è già operativo su NetWeaver e si prevede di portare su questa piattaforma l'intera mySAP Business Suite entro il 2005. L'evoluzione successiva sarà "Business Process Platform" che conterrà componenti e funzionalità SAP per permettere ai clienti di sviluppare autonomamente applicazioni "add-on". In pratica, i clienti potranno scegliere se sviluppare applicazioni su piattaforma SAP per conto loro o acquistarle 'già fatte'. In questo modo clienti e partner avranno più flessibilità e possibilità di sviluppare in proprio funzioni aggiuntive customizzate che non sono economicamente interessanti per SAP.

Gruppo Formula

Formula nasce a Torino nel 1972, grazie all'intraprendenza di Carlo Navone e Alberto Gabbai: inizialmente distribuisce in Italia prodotti internazionali indirizzati alla media e grande azienda, mentre negli anni '80 sviluppa in proprio il prodotto FM destinato all'area Finance. Nel frattempo viene aperta la sede di Milano (1976) ed acquisito il 50° cliente (1980).

Negli anni '80 vengono aperte sedi a Forlì, Padova, Asti e Roma. Nel 1988 viene acquisito il 100° cliente ed inizia l'ampliamento della copertura applicativa, che porterà nel 1994 alla presentazione del primo sistema ERP completo. Negli anni '90 l'espansione continua con l'apertura delle filiali di Firenze e Bologna, l'ampliamento della gamma **Diapason** ERP che a partire dal 1998 viene distribuito anche all'estero. Nel 1999 nascono i primi sistemi verticali di Diap@son (per il manufacturing e il Consumer Goods).

Nel 2000 nasce Diap@son Networked Enterprise (DNE): è una soluzione basata sul web per la gestione collaborativa della supply chain. Permette di coinvolgere nei processi decisionali più soggetti autonomi,

sia aziende diverse sia unità indipendenti della stessa azienda. L'obiettivo è costruire una visione d'insieme di tutte le attività, superando le divisioni di natura amministrativa e organizzativa.

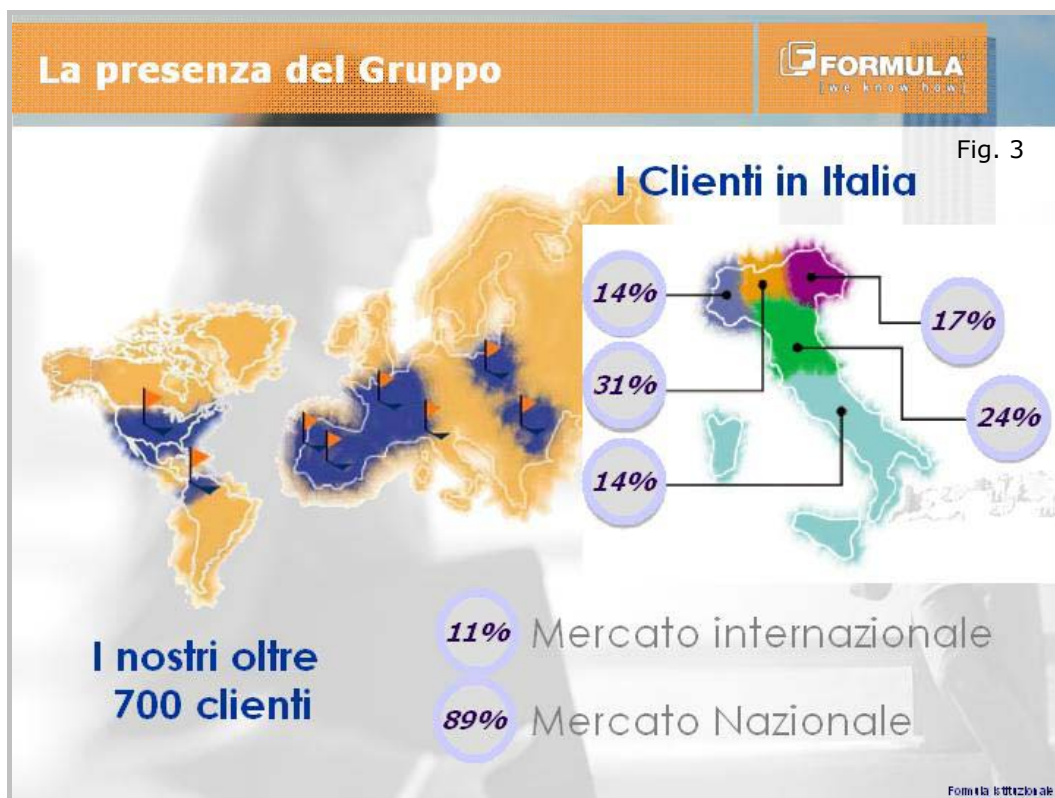
Nel 2001 Cedaf entra a far parte di Gruppo. Inoltre, vengono presentate la nuova interfaccia browser e Diap@son Sales Central (portale per agenti, venditori e clienti) che permette di condividere informazioni ed operare nell'area vendite del proprio sistema ERP tramite Internet.

Nel 2002 Blue Age entra a far parte del Gruppo e nascono ancora nuovi prodotti. Il primo è MaintenAct Mobile Solution: applicazione innovativa di gestione del processo di manutenzione, orientata ad una collaborazione attiva fra gli attori che non operano in sede e gli oggetti di assistenza. Il secondo è Diap@son SIC4U Utilities: soluzione integrata e completa per la gestione dei diversi servizi erogati dalle aziende italiane di utility, e rispondente alle attuali specificità normative e tariffarie.

Nel 2003 vengono creati gli **Interest Group** con l'obiettivo di arricchire la soluzione ERP secondo le esigenze specifiche dei diversi settori industriali, attraverso le indicazioni dei Clienti invitati a guidare proattivamente lo sviluppo delle soluzioni. L'Interest Group è costituito, in forma associativa, da aziende utenti con processi di business simili, che intravedono nella condivisione di informazioni, interessi, necessità e strumenti la possibilità di migliorare la gestione delle proprie attività e di influenzare le scelte di sviluppo del fornitore IT.

Nel 2004 Formula lancia **Diap@son 6.0**, la nuova versione dell' Enterprise Application Suite. E' una soluzione Extended ERP completa, grazie ad una diversificazione per singoli mercati verticali e componenti progettati per soddisfare le esigenze di tutte le aree aziendali - dalla logistica al controllo di gestione, dal CRM alla Supply Chain Management alla Business Intelligence - con i tempi, i modi e le tecnologie necessarie nell'era di Internet.

Infine, nel settembre 2004 viene costituita una specifica struttura, **Business Unit Customer Solution**, per i progetti extra Diap@son: si occupa di tutto ciò che è correlato all'Extended Enterprise, all'integrazione, ai sistemi per la sicurezza ed è rivolta a tutti i settori del mondo industriale, bancario, assicurativo e dei servizi.



Nel 2005 il Gruppo Formula è una delle maggiori realtà dell'IT in Italia (Fig.3), con circa 600 dipendenti, 8 sedi sul territorio nazionale, e circa 800 installazioni di successo nelle maggiori aziende italiane. Sono disponibili numerose verticalizzazioni di Diap@son, per i mercati Automotive, Consumer Goods (per i diversi settori Bakery, Beverage, Lattiero Caseario, Lavorazione e Trasformazione Carni, No Food), Education, GD/DO, Healthcare, Insurance, Ceramico, Machinery, Manufacturing, Multiutilities, PA locale e Servizi.

A livello internazionale, Formula è in grado di fornire il prodotto Diapason in 12 differenti lingue con un livello di servizio adeguato in oltre 25 Paesi, sia europei che del continente americano. I clienti esteri sono oltre 60 e rappresentano il 10% del giro d'affari. /#/

Axioma

Questo gruppo nasce nel 1979, per iniziativa di Andrea Maserati e di alcuni esperti in IT, con l'obiettivo di offrire alle imprese soluzioni per il sistema informativo e servizi qualificati.

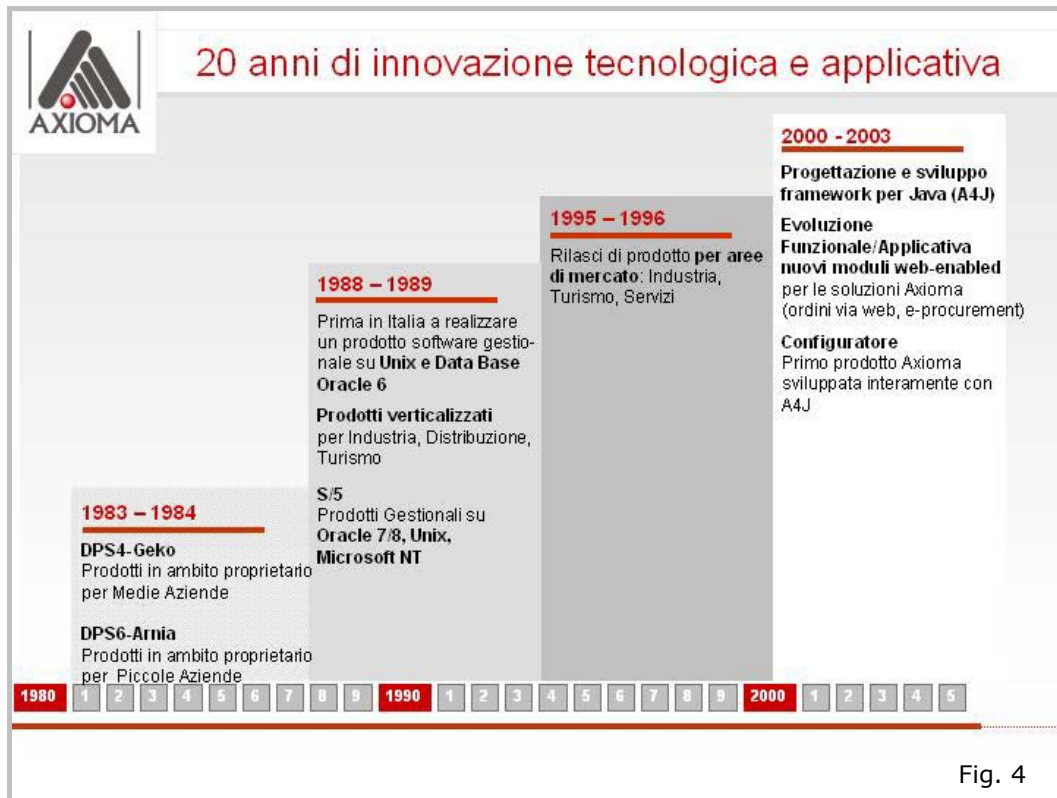


Fig. 4

Negli anni '90, Axioma si dedica allo sviluppo di un **ERP** italiano (Fig.4), orientandosi quasi subito a soluzioni verticali, ossia pensate, progettate e realizzate esplicitamente per specifici settori di mercato (Finanza, Industria, Distribuzione, Moda, Turismo, Utility, Servizi). Si tratta di una scelta strategica di notevole impatto: creare un Erp da zero per un dato settore permette di modellarlo al fine di rispondere in maniera realmente efficace a tutte le esigenze tipiche dell'azienda. Da questo assioma iniziale, l'evoluzione dell'Erp condotta da Axioma segue i due binari della tecnologia e dell'applicazione.

Da qualche anno Axioma sviluppa tutti i suoi prodotti e le loro rispettive funzionalità in ambiente Java. Il beneficio principale è quello di avere un prodotto gestionale che funziona in maniera indipendente rispetto al database, alla tecnologia e all'application server che l'azienda utilizza. Questo permette ai clienti di poter scegliere la piattaforma tecnologica senza vincoli particolari, adattandola alle specifiche esigenze e alla situazione eventualmente già esistente in azienda. Anche l'integrazione con eventuali DB o sistemi già presenti, non è più un ostacolo.

Nel 2003 viene lanciato il **Configuratore** sviluppato interamente in Java. Oltre all'integrazione nativa con AxiomaIndustria, il Configuratore si integra facilmente con qualsiasi soluzione già presente in azienda, funziona in ambiente Windows, UNIX e LINUX, e con qualsiasi database relazionale. AxiomaConfiguratore si posiziona come anello di congiunzione tra l'attività di vendita e quella produttiva:

- consente alla rete vendita di definire con il cliente sia l'offerta sia l'ordine;
- allinea il sistema di offerta commerciale con la capacità produttiva, riducendo drasticamente gli scarti di produzione dovuti alla non corretta definizione dell'ordine.

A cavallo dei due millenni anche l'Erp di Axioma diventa **Extended Erp**, secondo il nuovo modello d'impresa basato su reti aperte e vocazione all'internazionalizzazione delle operazioni (produzione, vendite). L'obiettivo è quello di supportare l'azienda che diventa un network esteso, integrato, in costante evoluzione. Le soluzioni Axioma permettono di gestire e tenere sotto controllo tutti i processi aziendali (come la supply chain e la forza di vendita, la customer care, l'e-procurement e il commercio elettronico).

Axioma è tra i primi ad estendere il suo Erp verso Internet (anno 2001), mediante il Portale, l'Intranet, il modulo di Gestione Forza Vendite, il self service online per i clienti, etc.

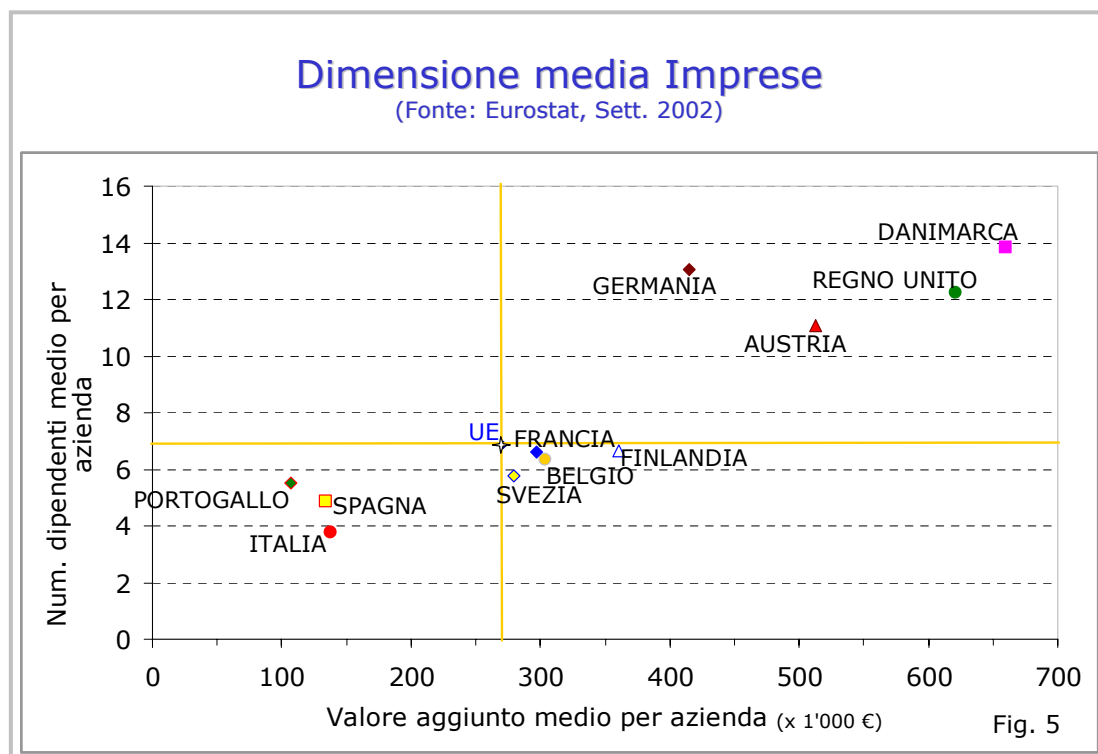
Per quanto riguarda i clienti, Axioma si è sempre focalizzata sulla media impresa italiana: oggi conta oltre 1'000 clienti, e l'80% appartiene a questo segmento. Axioma considera vantaggi competitivi l'attenzione ai clienti, il presidio del territorio (sedi operative - come Bologna e Verona - nei pressi dei più importanti distretti industriali), e la profonda conoscenza della realtà italiana. Tuttavia ciò non ha impedito di sviluppare soluzioni anche in altre lingue per essere installate presso le filiali estere di clienti italiani (Bialetti, Jetset voyages, ...).

Conclusione

Nel concludere, vorrei concentrarmi più sul business che sui prodotti. L'evoluzione del business di questi tre vendor, nati negli anni '70, evidenzia percorsi di crescita e obiettivi raggiunti diversi. Il primo ha una presenza globale ed è considerato il terzo player SW a livello mondiale: annovera tra i propri clienti importanti gruppi multinazionali, non solo europei. Gli altri due sono importanti a livello italiano ed hanno una presenza internazionale prevalentemente al seguito di clienti italiani. Formula sembra aver investito di più nello sviluppo internazionale (ad esempio accordi di collaborazione con la divisione Audit ERP di Ernst&Young in Amsterdam circa le esigenze dei differenti Paesi in termini di fiscalità e di best practices).

Avendo tempo e collaborazione da parte del management di questi vendor, sarebbe interessante analizzare i tre casi molto più in dettaglio per comprendere come un successo imprenditoriale tipo SAP possa avvenire in Europa solo al nord delle Alpi e non anche nell'area mediterranea.

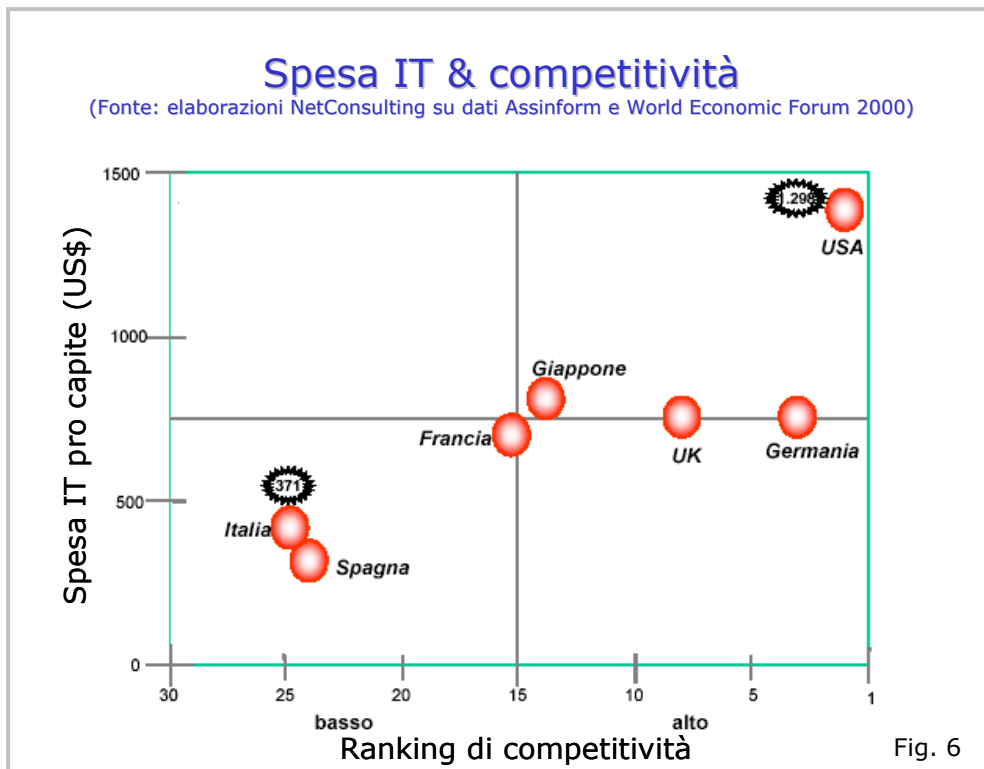
Una prima spiegazione potrebbe essere la differenza esistente tra il Sistema Germania e il Sistema Italia. Tralasciamo le differenze (legislative, finanziarie, ecc.) nelle facilitazioni alle imprese nascenti e/o alle piccole imprese valide che vogliono crescere, e concentriamoci sulle caratteristiche delle imprese-utenti nei diversi paesi europei (Figg. 5 e 6).



L'Italia è un Paese di piccole imprese (Fig. 5) con una prevalenza di micro imprese con meno di 10 dipendenti (94,9% del totale imprese). Inoltre, è caratterizzato da una consistente diminuzione del peso delle grandi aziende "ancora" controllate da interessi italiani, oltre che da una difficile ed ancora troppo "rara" crescita dimensionale delle PMI (dipendenti 10-249, fatturato < 50 Mln Euro).

In pratica, in Italia mancano vere "aziende guida" (in termini di cultura, dimensione e visione strategica) capaci di fertilizzare i fornitori, facendoli crescere sia dimensionalmente sia qualitativamente, e di coinvolgerli nel proprio processo di globalizzazione. Se le poche grandi multinazionali italiane avessero scelto in tempo un fornitore SW italiano e lo avessero "guidato" nella crescita, fornendo input utili per lo sviluppo prodotti e facilitando l'acquisizione di altri clienti sui mercati internazionali (es.: i business

partner locali delle aziende guida), oggi avremmo almeno un vendor italiano con un fatturato internazionale superiore al 30% del totale e presenza diretta con proprie filiali in almeno due continenti. Purtroppo ciò non è avvenuto, il motivo è lo stesso del 1964 (vedere caso Olivetti-Elea: ICT Professional n°37, pag.23): i grandi gruppi italiani (aziende-utenti) non hanno mai creduto nelle possibilità di successo dei vendor IT italiani.



Questo scenario è in controtendenza rispetto a quanto avvenuto a nord delle Alpi dove

- 1 l'economia è caratterizzata da
 - 1.1 imprese aventi dimensioni superiori a quelle italiane (Fig. 5)
 - 1.2 investimenti in IT consistenti per supportare le strategie (Fig. 6),
- 2 ma soprattutto le "aziende guida" favoriscono lo sviluppo di fornitori strategici locali e, coinvolgendoli nel processo di globalizzazione, facilitano il loro inserimento sui mercati internazionali. Esempi sono in Germania il caso SAP e in Danimarca il caso Navision (oggi Microsoft Business Solution).

E' evidente che per il successo e la crescita di un'azienda sono importanti anche la sua visione strategica, il coraggio imprenditoriale, le competenze manageriali, la volontà di crescere sui mercati internazionali. Inoltre, per reperire i capitali necessari per supportare la crescita, è necessaria la disponibilità dell'azionista di riferimento ad accettare nuovi soci e/o trasformare l'azienda in una public company quotata in una borsa internazionale.

I prossimi anni saranno ancora di aggregazione, di integrazione, di crescita dimensionale per poter competere sui mercati che si aprono e si espandono. Si crescerà in forma "snella", reticolare, ma resta il fatto che il numero di aziende guida andrà calando. La sfida riguarderà sia le aziende-utenti sia i vendor IT^{/#}. Infatti, la concorrenza cinese non è solo nei settori tradizionali a basso contenuto tecnologico ma anche nei settori high-tech. Si noterà anche nel settore IT: segni premonitori sono le recenti acquisizioni di Pivotal (CRM) e Ross Systems (ERP) da parte di Chinadotcom e della divisione PC di IBM da parte di Lenovo. Purtroppo, le imprese italiane del settore IT nel corso degli anni non sono mai riuscite a fare sistema tra loro ed a creare un polo italiano sufficientemente solido, capace di espandersi con proprie filiali anche all'estero sia al seguito di clienti italiani sia acquisendo nuovi clienti locali. Pertanto, sembra che

1. le imprese SW italiane siano destinate ad operare prevalentemente in ambito nazionale con clienti medio-grandi (fatturato: € 50-200 Mln) o PMI e, probabilmente, come partner locali di vendor stranieri (americani, europei, asiatici, ecc.)
2. l'unica strada possibile per creare un nuovo vendor europeo "tipo SAP", in grado di competere sul mercato globale, sia un eventuale processo di consolidamento dell'industria SW europea in cui gli italiani avranno un ruolo subordinato (vedere caso Adonix/Formula)^{/#}.

Nota:

/#/ Nel corso del 2005, il controllo del Gruppo Formula (www.gformula.com), è stato acquisito dal gruppo francese **Adonix** (www.adonix.it).

Adonix detiene ora il 100% delle azioni di Progetto Integra, che a sua volta, controlla l'87,23% del capitale di Gruppo Formula (quotata al mercato Euronext di Bruxelles, con un fatturato consolidato pari a 55 milioni di euro registrato nel 2004 e seicento dipendenti).

Nei piani strategici delle società coinvolte, questa operazione mira a creare un nuovo polo europeo dedicato allo sviluppo di soluzioni applicative per la gestione e la valorizzazione dei processi di business aziendali. Allo stato attuale il nuovo polo può già contare su un fatturato aggregato di oltre 150 milioni di euro e 1'500 dipendenti. Per Adonix, nata nel 1979, l'operazione è in linea con il processo di crescita e internazionalizzazione perseguito già da alcuni anni. Oggi è presente attraverso proprie filiali negli Stati Uniti (120 persone) ed in Europa (550 persone): in Francia è il principale produttore di sistemi ERP, in Spagna vanta un ottimo posizionamento con la società Meta4, ed ha filiali anche in Portogallo e Gran Bretagna. Una rete di partner e distributori internazionali, le consentono una presenza significativa anche in altri paesi: più di 7'000 aziende nel mondo utilizzano attualmente le soluzioni Adonix.

Il gruppo ADONIX negli ultimi anni ha conosciuto una progressione eccezionale della sua attività, dimensione, fatturato ed utili. Le cifre della crescita

1995 : ADONIX conta 50 collaboratori e realizza un fatturato in Francia di 5,5 Mln €.

1997 : ADONIX acquisisce PRODSTAR, leader europeo dei software di gestione industriale, presente in più di 30 paesi, con 1'500 clienti. Nell'occasione ADONIX apre le nuove filiali in Italia, Spagna, Portogallo e Inghilterra.

1998 : Attraverso l'acquisizione della società TRANSCOMM, ADONIX apre la propria filiale negli Stati Uniti, mentre in Francia si perfezionano ulteriori acquisizioni di rami d'azienda con l'integrazione delle attività e dei prodotti SIGAGIP e TZAR.

1999 : ADONIX acquisisce CLE128, società leader nelle soluzioni per la gestione della logistica fisica di magazzino. In questo stesso anno ADONIX lancia Adonix X3, il primo sistema ERP integrato nativo Internet per la media impresa in grado di proporre una copertura funzionale completa di alto livello

2000 : ADONIX conta più di 500 collaboratori nel mondo e realizza un fatturato consolidato di 45 Mln €.

2001 : ADONIX ha realizzato un fatturato complessivo di 45.5 milioni di Euro. L'utile netto dopo imposte e partecipazioni è più che raddoppiato rispetto all'anno precedente

2002 : Nell'agosto 2002, ADONIX ha acquisito la maggior parte del capitale del gruppo ABEL, produttore di software gestionali destinati soprattutto alle grandi imprese e enti locali. Nel 2001, il gruppo Abel ha realizzato un fatturato di 32 milioni di Euro con 307 collaboratori.

2004: ADONIX ha realizzato un fatturato consolidato di 92.25 Mln €, un aumento del 41.7% rispetto al 2003, con 922 collaboratori.

Adonix attraverso le proprie filiali e i partner internazionali può assicurare la commercializzazione e l'assistenza in paesi di 4 continenti: Africa (Algeria, Gabon, Costa D'avorio, Marocco, Tunisia); Europa (Belgio, Francia, Irlanda, Italia, Olanda, Portogallo, Spagna, Svizzera, Turchia, United Kingdom); America (Canada, USA); Asia (Cina)