

SISTEMA DI INFORMAZIONI

ULISSE



LA CONOSCENZA NON CONOSCE CONFINI

**Un supporto alla
Geopolitica e Internazionalizzazione
ALDAI**

marcello.antonioni@studiabo.it

Questo documento è la base per una presentazione orale, senza la quale ha limitata significatività che potrebbe generare fraintendimenti. Sono proibite riproduzioni, anche parziali, non autorizzate del contenuto di questo documento.

© Copyright 2013 StudiaBo srl

PERCHÉ ULISSE

- Il sistema Ulisse nasce con l'obiettivo di contribuire alla **conoscenza** delle opportunità offerte alle imprese italiane dal **commercio internazionale**, sia dal lato dei mercati di **vendita** che dal lato delle fonti di **approvvigionamento**
- Le imprese italiane non possono più sviluppare strategie vincenti se non conoscono per **quali prodotti** e in **quali paesi** il mercato offre potenzialità di crescita ed è in grado di pagare un **premium-price**, in modo da orientare tutte le loro energie su questi mercati e prodotti
- La proposta Ulisse ha l'obiettivo di mettere a disposizione delle imprese manifatturiere italiane un sistema di informazioni che consenta loro di abbattere drasticamente i costi necessari allo sviluppo di competenze specifiche di **marketing** internazionale

BANCHE DATI COMMERCIO INTERNAZIONALE

Dichiarazioni doganali di tutte le imprese nel Mondo

Istituti Nazionali di Statistica

Dati aggregati per: mese, prodotto, paese, partner

BANCA DATI ULISSE

Periodo: 1995 – anno in corso

Prodotti: Ulisse 3000 item

Paese esportatore: 150 paesi

Paese Importatore: 150 paesi

Fasce di prezzo/qualità: 5 categorie

Valori a prezzi Fob, Valori a prezzi Cif, quantità in Kg, quantità in UMS

BANCA DATI COMEXT

Periodo: gennaio 2000 – ritardo 3 mesi

Prodotti: CN 9000 item

BANCA DATI UN Monthly

Periodo: gennaio 2011 – ritardo 3 mesi

Prodotti: HS 6000 item

OBIETTIVI DEL PROGETTO ULISSE

Fornire alle Aziende italiane

Lato vendite

Benchmark per poter valutare i propri risultati sui mercati esteri

Informazioni per ottimizzare il proprio portafoglio prodotti/mercati

Lato approvvigionamenti

Benchmark per poter valutare i prezzi di acquisto

Informazioni per ottimizzare il proprio portafoglio approvvigionatori

DISTRIBUZIONE DATI: ULISSE ANALYTICS (uda.studiabo.it)

Modifica

Esporta in CSV

Seleziona Grafico ▾


Dettagli Elaborazione

Tabella Variabili

CODE	XER	MER	YEAR	R	X	K
UL842211	ITA	IRN	1997	TOT	12.8900003433	1625.0
UL842211	ITA	IRN	1998	TOT	3.39100003242	718.0
UL842211	ITA	IRN	1999	TOT	13.6836663428	2132.5
UL842211	ITA	IRN	2000	TOT	47.2702609698	13705.5
UL842211	ITA	IRN	2001	TOT	56.09400177	7877.5
UL842211	ITA	IRN	2002	TOT	195.326612927	35038.5
UL842211	ITA	IRN	2003	TOT	875.914635068	151237.0
UL842211	ITA	IRN	2004	TOT	679.378960019	135131.0
UL842211	ITA	IRN	2005	TOT	406.900483631	66442.0
UL842211	ITA	IRN	2006	TOT	2866.07397461	566723.0
UL842211	ITA	IRN	2007	TOT	1854.98498535	311512.0
UL842211	ITA	IRN	2008	TOT	1445.84594727	205793.0
UL842211	ITA	IRN	2009	TOT	860.331970215	118091.0
UL842211	ITA	IRN	2010	TOT	1545.12304688	165366.0

Le diverse schede distribuite (1)

Scheda Prodotto




Prodotto: **Lavastoviglie di tipo familiare**
(codice doganale H8842211)

Commercio mondiale 2011 (Mln. euro)	2 714
Var % media Valori in euro ('07-'11)	3.14
Var % media VMU in euro ('07-'11)	-1.65
<hr/>	
Commercio mondiale 2011 (Mln. dollari)	3 777
Var % media Valori in dollari ('07-'11)	5.29
Var % media VMU in dollari ('07-'11)	0.40

VMU: valore medio unitario.


Scheda Produttore



Prodotto: **Lavastoviglie di tipo familiare**
(codice doganale H8842211)
Produttore: **Turchia**

Totale Export 2011 (Mln. euro)	231.7
Var % media ('01-'11)	28.07
Quota % sul commercio mond. (2011)	8.54
Salto commerciale normalizzato (2011)	57.10

Scheda Mercato



Prodotto: **Lavastoviglie di tipo familiare**
(codice doganale H8842211)
Mercato: **Iran**

Totale Import 2011 (Mgl. euro)	74 862
Var % media ('07-'11)	29.91
Quota % import dall'Italia (2011)	2.12

ARTICOLI DI ANALISI: BLOGULISSE (www.blogulisse.it) edito da Associazione Autori Blog Ulisse



ULISSE
LA CONOSCENZA NON CONOSCE CONFINI

Home Informazioni ▾ Aree Geografiche ▾ Merceologie ▾ Aree Tematiche ▾

Search

Le opportunità di premium-price per i prodotti di qualità del Sistema Moda Persona

By Marcello Antonioni On 04/03/2013 · [Add Comment](#)

Per il Made in Italy si evidenziano significative potenzialità di penetrazione sui mercati internazionali nell'ambito dei prodotti del Sistema Moda Persona di elevata qualità. Il commercio mondiale di prodotti del Sistema Moda Persona (abbigliamento, pelletteria, calzature, occhialeria, gioielleria, foto-ottica, articoli sportivi, strumenti musicali) ha registrato, infatti, negli ultimi anni forti aumenti della domanda mondiale di [...]

[\[Continue Reading...\]](#)

In nome della divergenza: l'Europa a due velocità

By Matteo Ferrazzi On 04/03/2013 · [Add Comment](#)

Mezza Europa è in recessione – le implicazioni per la manifattura italiana Le previsioni della Commissione

Topics Generali

- [Processi di internazionalizzazione](#)
- [Metodologie di analisi](#)
- [Strumenti informatici](#)

Tag

- [beni di largo consumo](#)
- [beni intermedi](#)
- [Controllo performance](#)
- [export Italia](#)
- [Fasce di qualità/prezzo](#)
- [fascia alta di prezzo](#)
- [Germania](#)
- [Hong Kong](#)
- [Import](#)
- [Export](#)
- [Turchia](#)
- [macchine agricole](#)
- [Maglieria](#)
- [lana](#)
- [premium-price](#)
- [prodotti persona e casa](#)
- [quote Italia](#)
- [Ricerca e intelligence di mercato](#)
- [sistema casa](#)
- [sistema moda](#)
- [Valutazione mercati](#)
- [b2b](#)

UNA NOTA SU STUDIABO

- StudiaBo è un ufficio studi specializzato nella **produzione** massimamente efficiente di **informazioni economiche**
- Studiabo fa parte di una rete di imprese con cui ha sviluppato **strumenti software** particolarmente evoluti, in grado di ridurre drasticamente i tempi necessari per l'elaborazione di dati massivi e di applicare metodologie di analisi innovative e quindi **ATTUALI**
- Tramite la focalizzazione su '**big data**' ha maturato ormai grande esperienza di progetti di alto profilo nel campo dell'analisi economica a supporto dei processi decisionali aziendali

Contatti

Marcello Antonioni (Amministratore unico)

marcello.antonioni@studiabo.it

M: +39 333 4206566

StudiaBo srl

Via Santo Stefano 57

40125 Bologna (Italy)

tel: +39 051 5870353

www.studiabo.it

ulisse@studiabo.it

