



Quarter THREE, **Management Summary**

Quarter THREE. Le attività di lancio internazionale e nazionale della **Volvo S60** e **V60**, con le rispettive versioni **R-Design**, sono state il cardine della Rassegna Stampa analizzata con il Report Q3, Luglio-Agosto-Settembre. I numeri fondamentali, **897** articoli per un valore di **34,37** milioni di euro, testimoniano questa forte presenza. Di rilievo il numero degli articoli con un incremento del **11,85%**, da 802 del Report Q2 a 897 di questo Report. La flessione del valore economico, -8,52% rispetto al trimestre precedente (da imputare alla diversa tipologia di media), è stata ampiamente compensata da una maggiore visibilità sugli stessi grazie ad un più elevato numero di articoli, della foliazione superiore per colonne e numeri di pagine, ed un elevato numero di fotografie. Si rimanda alla tabella riassuntiva che segue questa slide per il dettaglio, segnalando di osservare le colonne relative alla tipologia di media e fotografia. Infine sulla diminuzione del valore economico ha influito la cessata diffusione delle notizie relative alla vendita di Volvo a Geely.

Nella analisi degli **highlight** (link, on line, >>> [Luglio, Agosto, Settembre](#)) è indicativa la proporzione in favore di S60 e V60 (per S60, 31,4% a Luglio, 46,6% ad Agosto e 37,5% in Settembre; in quest'ultimo mese è oltremodo significativa la quota di V60 con il 37,1%). In altre parole sul numero totale delle parole più importanti di un articolo oltre il cinquanta per cento è stato dedicato ad entrambi i modelli. Si rimanda alle tabelle relative per il dettaglio analitico e la visualizzazione del grafico per l'immediata percezione del peso delle due novità rispetto al totale degli articoli dedicati a Volvo nel trimestre. Nella seconda tavola degli highlight è stato inserito, in questo report, il grafico dei **competitor** rilevati per S60 e V60: è evidente il brand di riferimento in Audi. In tutti e tre i mesi è questa la marca maggiormente citata come diretto competitor di Volvo per i modelli intermedi. Nello specifico è Audi che negli articoli per Volvo V60, raggiunge una quota superiore al quaranta per cento staccandosi in modo significativo da BMW, tre punti percentuali, ed ancor più netto rispetto a Mercedes.

Il test drive di **Torslanda** per la **Volvo C30 BEV** ha testimoniato l'interesse di questi tempi per una concreta soluzione di mobilità ad impatto zero per l'ambiente e che abbia le stesse caratteristiche dinamiche di un'automobile con motore termico, unite alla semplicità di ricarica e lunga autonomia.

Le attività di sviluppo del progetto **Volvo Ocean Race**, ed avvicinamento alla regata 2011-12, e la eventuale, presenza italiana con il team Italia 70, skipper Giovanni Soldini, hanno sempre riscontro nella pagine di tutti i media, quotidiani, specializzati vela ed extra settore di *costume-life.style*. E' da segnalare l'elevato numero di citazioni della regata VOR in quasi la totalità degli articoli sulla vela, anche se dedicati ad altri monotipi/regata in forza della presenza, in queste regate, di equipaggi che hanno partecipato al giro del mondo VOR nelle passate edizioni.

Le regate italiane ed internazionali (mondiali Melges24, Laser SB3), e la partecipazione in queste manifestazioni di equipaggi della **Volvo Cup**, hanno permesso una grande evidenza tanto del logo sugli scafi di regata nelle fotografie, quando pubblicate, quanto del nome del circuito nel corpo, nei titoli e nei sommari/occhielli degli articoli.

Infine il completamento delle operazioni di acquisizione di Volvo di **Geely** ha generato, anche in questo trimestre, un interessante numero di articoli. La vendita di Volvo al Gruppo Geely è stata, spesso, citata nel corpo di un significativo numero di articoli dedicati alle novità di prodotto Volvo. (5 Ottobre 2010)