

2011 Quarter **Two**,



Management Summary

Quarter TWO.

Il Quarter Two è caratterizzato da un altro incremento del **numero degli articoli**, con una crescita del **10,56%** e del **5,76%** per il **Media Space Value**.

Prendendo in esame l'intero Quarter Two è stato rilevato che l'attenzione per i modelli Volvo è stata posta in modo particolare sulla V60 Hybrid. Nella tabella riassuntiva, 'Overall view, Money & Number' il valore riportato è relativo alla sola linea Volvo V60 (ed appunto versione Hybrid) avendo riscontrato che la presenza di Volvo S60 nel Quarter Two è stata quasi nulla. E' così spiegata la flessione della 'famiglia 60' con un decremento vicino al diciotto per cento.

Si evidenzia il risultato ottenuto dalle riviste definite '**extra-settore**', ossia i magazine non specializzati, che oltre a rappresentare quasi il dieci per cento (**9,63%, con 6,3 milioni di euro**) del totale trimestrale del Media Space Value hanno migliorato la performance del **33,30%** sempre per quanto riguarda il Media Space Value nel confronto con il Quarter One. Molto significativa la presenza per quantità con **441** articoli, pari ad oltre il trenta per cento del numero totale (**33,43%**) ed anche in questo caso con un incremento rispetto al Quarter One di oltre il quattordici per cento (**14,24%**).

(Luglio 2011).