2011 Quarter **Three**,

Management Summary

Quarter THREE - Highlight

Importante flessione del Media Space Value (**-29,04%**) e contenuta riduzione (**-14,93%**) del numero degli articoli.

Il Quarter Three del 2011 è superiore (**+7,3%**) rispetto al Quarter Three 2010.

La linea Corporate migliora la performance rispetto al precedente trimestre (**+7,2%**) e sul valore del Media Space Value contiene la perdita (**-4,1%**). Ruolo fondamentale, in questa linea, quello dei quotidiani, in particolar modo le testate ad alto valore di listino, ossia le principali con diffusione nazionale.

Sensibile riduzione della presenza di prodotto sui quotidiani ma con apprezzamento della Volvo S60.

In **crescita** il numero degli articoli 'Media Extra Settore' seppure con una diminuzione del Media Space Value. La quota degli 'Media Extra Settore' raggiunge il **13,4%** rispetto al totale del Media Space Value.

(Novembre 2011).