



VOLVO AUTO ITALIA

Public Relations
Press Review 2011

Best in 2011

Media Space Value

+ 70,16% vs Q3

Numero Articoli

+ 52,76 vs Q3

2011 Quarter

FOUR



Media Space Value,

62.773.916 €

Articles Nr., **1.714**



2011 Quarter **Four**,



Overall view, Money&Number

QUARTER 04 - 2011	MSV Euro	% vs Q3 - 2011	% vs OverAll	NUMERO ARTICOLI	% vs Q3 - 2011	% vs OverAll	% vs Linea Modello
MEDIA SPACE VALUE	€ 62.773.916	70,16%		1.714	52,76%	100%	
NEWSPAPER	€ 50.278.147	70,16%		1.306	76,01%	76,20%	
MAGAZINE	€ 12.495.769	89,50%		408	-7,37%	23,80%	
MODEL LINE CORPORATE	€ 56.802.921	64,89%		1.612	52,65%	94,21%	
NEWSPAPER	€ 46.253.416	83,33%		1.238	74,37%	76,79%	
MAGAZINE	€ 10.549.505	14,42%		374	8,09%	23,20%	
MODEL LINE V60	€ 4.726.747	176,75%		74	111,43%	4,31%	
NEWSPAPER	€ 3.469.599	345,31%		56	366,67%	75,67%	
MAGAZINE	€ 1.257.148	35,35%		18	-21,74%	24,32%	
MODEL LINE S60	€ 631.235	42,05%		8	-38,46%	0,46%	
NEWSPAPER	€ 402.394	8,59%		3	-72,73%	37,50%	
MAGAZINE	€ 228.841	210,10%		5	150,00%	62,50%	
MODEL LINE XC60	€ 613.013	111,22%		20	11,11%	1,16%	
NEWSPAPER	€ 152.738	-0,63%		9	-	45%	
MAGAZINE	€ 460.275	237,16%		11	22,22%	55%	
MEDIA SETTORE	€ 55.290.605	73,12%	88,79%	888	32,54%		
MEDIA EXTRA SETTORE	€ 7.483.311	51,07%	11,92%	826	82,74%		
COPERTINE	3	50%					
RICHIAMI COPERTINA	4	=					
COLONNE	1.486	59,44%					
PAGINE	1.402	40,48%					
FOTOGRAFIE	1.531	43,89%					

2011 Quarter **Four**,



Overall view, Words&Photo

Q4 NUMBERS			
	NUMERO	% VS Q3 2011	% SU TOTALE
			Fotografie (1.531)
FOTO BIANCO E NERO	138	24,32%	9,01%
FOTO COLORE	1.393	46,17%	90,99%
FOTO APERTURA			2,61%
FOTO DOPPIA PAGINA			2,87%
FOTO D'INSIEME			32,07%
FOTO DI FRONTE			2,48%
FOTO DI PROFILO			3,59%
FOTO DI TRE QUARTI			11,23%
FOTO POSTERIORE			4,64%
			Articoli (1.714)
VOLVO NEI TITOLI	1.007	84,43%	58,75%
VOLVO NEL TESTO DELL'ARTICOLO	1.710	52,54%	99,77%
VOLVO NELLA DIDASCALIA	1.020	170,56%	59,51%
ARTICOLI FIRMATI	392	36,11%	22,92%

2011 Quarter **Four**,



Management Summary

Quarter **FOUR** - Highlight

Il **miglior quarter di sempre**, parafrasando il claim di lancio della XC60 utilizzato per la presentazione sul mercato italiano. Con **62,77** milioni di euro di valore degli spazi, una crescita di **70,16%** verso il precedente trimestre, il Q4 porta alla chiusura dell'anno 2011 un risultato spettacolare. **1.714** articoli (+ **52,76%**) catalogati e valutati per il valore economico e qualitativo, sono il miglior risultato raggiunto dalle attività di comunicazione.

Un successo raggiunto grazie ad una forte presenza sui quotidiani "premium": testate ad alto valore economico, capillare distribuzione e elevato numero di lettori.

Gli argomenti principali sono stati relativi alle attività di **Volvo V60 Hybrid** e di **Volvo Ocean Race**. Non è mancato, pur a distanza di tempo dalla vendita, l'effetto '**Geely**' dovuto alle vicende dell'industria automobilistica svedese che hanno, inevitabilmente, portato ad un riferimento alla cessione *Volvo>Ford>Geely* quale modello industriale da seguire.

In considerazione di questi tre avvenimenti la crescita della presenza Volvo sui quotidiani, sia in generale che nel particolare della Linea Corporate, ha raggiunto incrementi vicini al novanta per cento (*Overall Quotidiani + 89,50%* e *Corporate Quotidiani + 83,33%*). Ciò non di meno per Volvo V60 Hybrid che nel Q4 realizza **4,72** milioni di euro del valore degli spazi. Risultato ottenuto in massima parte per l'incremento (**345,31%**) delle evidenze sui quotidiani.

In relazione agli articoli di prodotto si sottolinea il loro 'peso', del venti per cento, all'interno della Linea Corporate e del quattordici per cento rispetto al totale del quarter. Tenendo conto che le attività di comunicazione hanno avuto il focus sulla Linea V60 il risultato è di notevole rilievo.

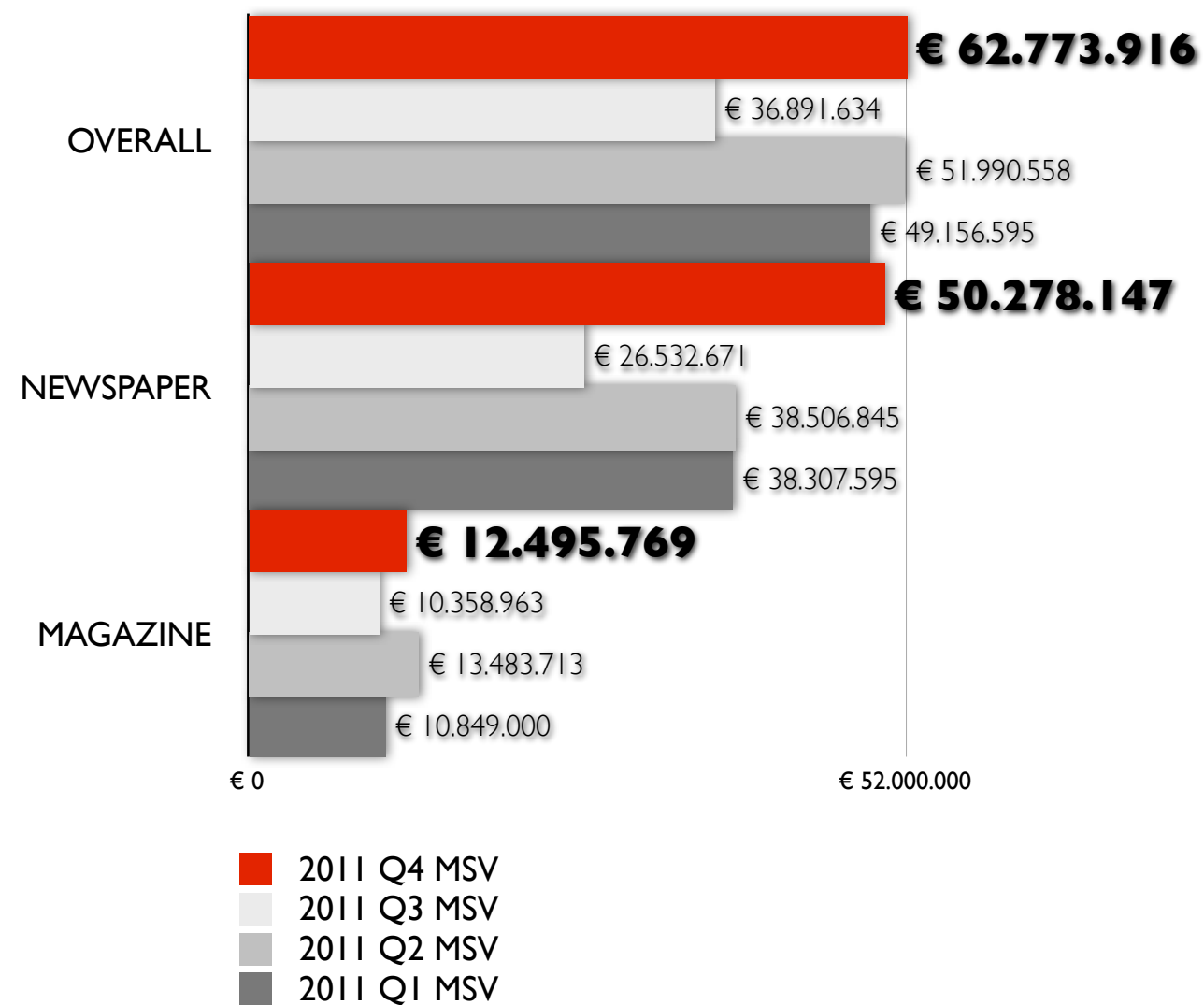
Si evidenzia, infine, la costante crescita del valore degli spazi extra settore per l'interesse da parte dei media 'extra-auto', ed in modo ancor più evidente, nelle pagine online delle più importanti testate telematiche 'leisure&generaliste', per la Volvo Ocean Race e la Volvo V60 Hybrid.

(Gennaio 2012).

2011 Quarter **Four**,



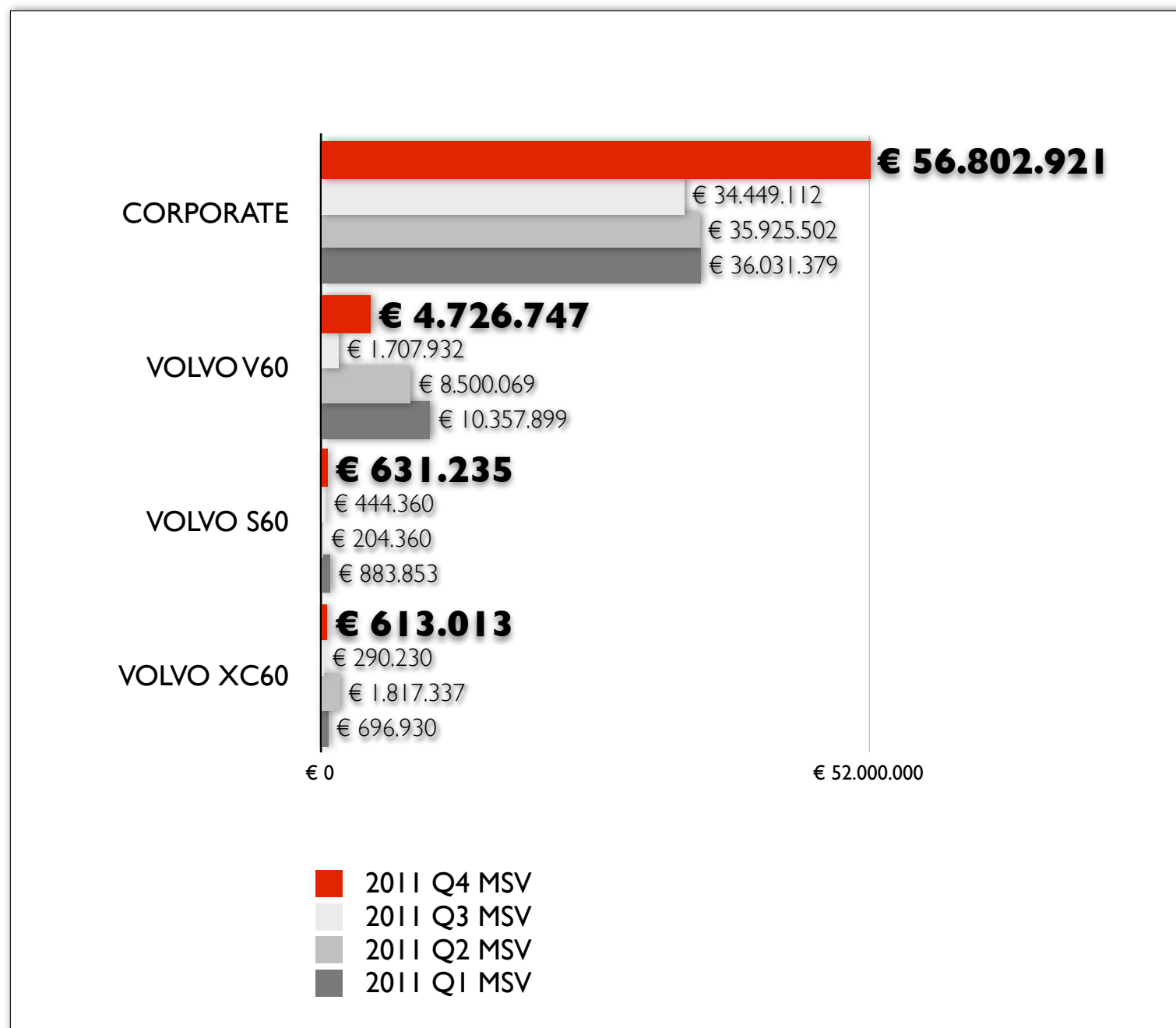
Media Space Value



2011 Quarter **Four**,



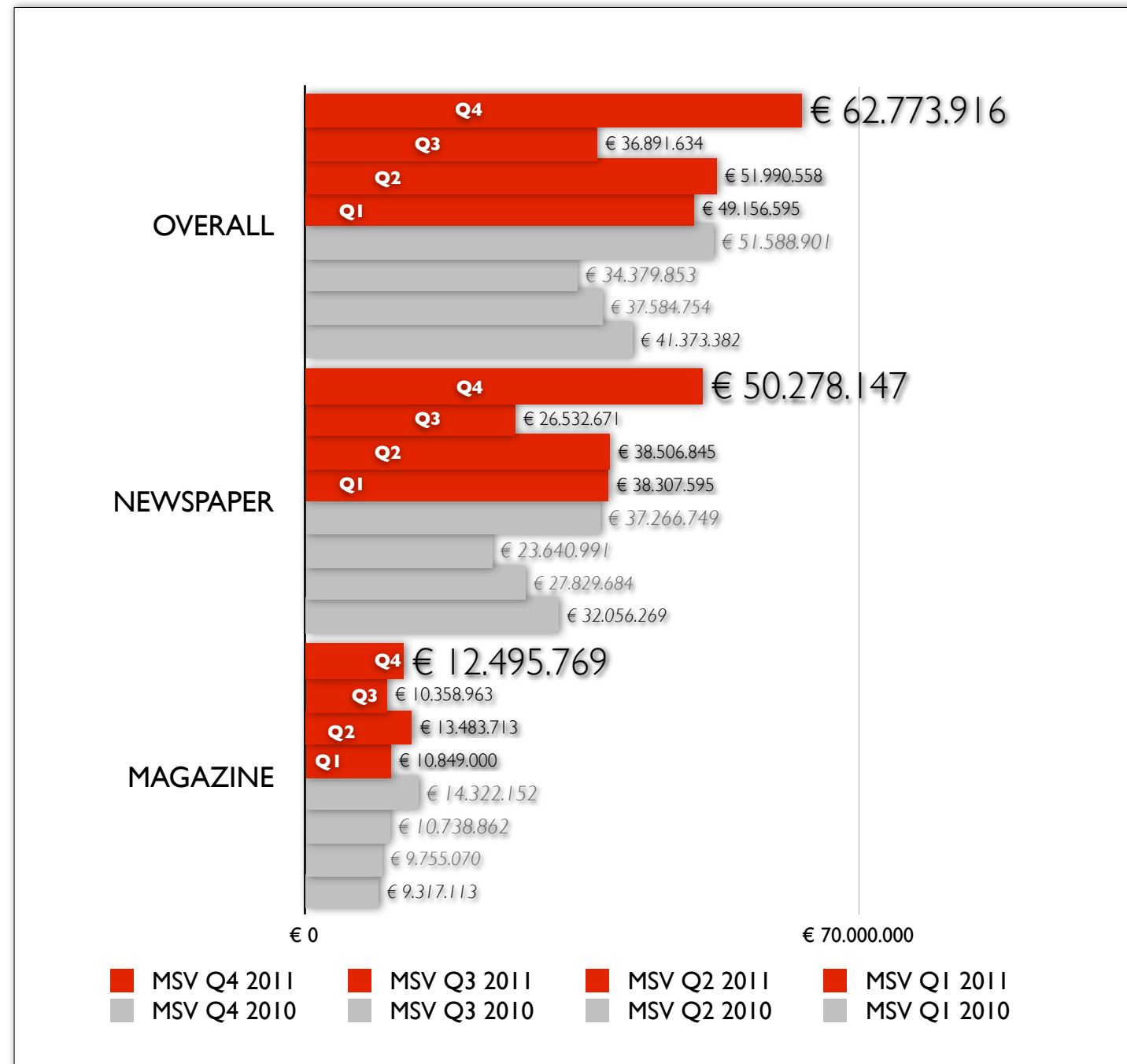
Media Space Value, Model Line



2011 Quarter **Four**,



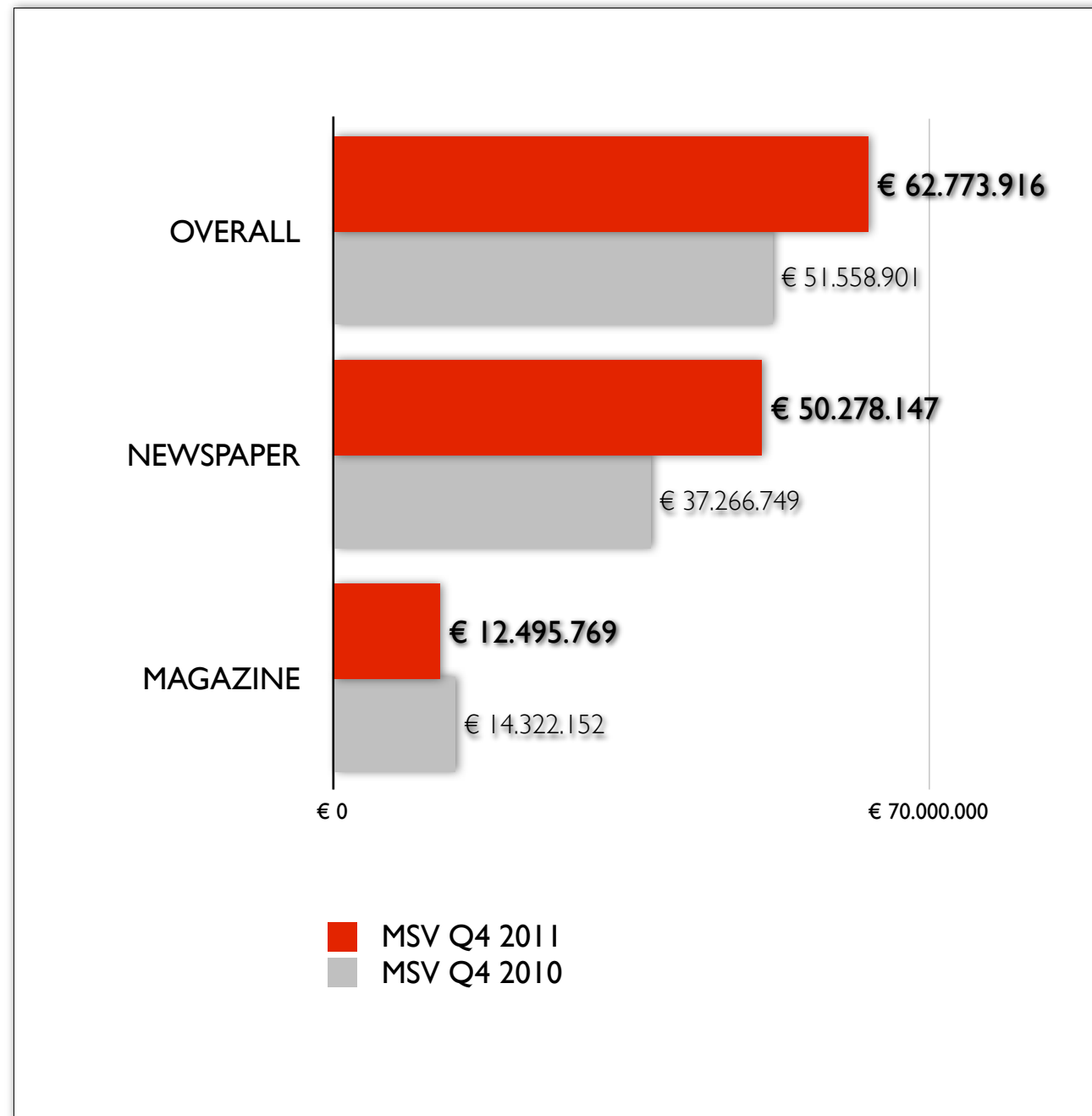
Media Space Value Q4:Q1/2011 vs Q4:Q1/2010



2011 Quarter **Four**,



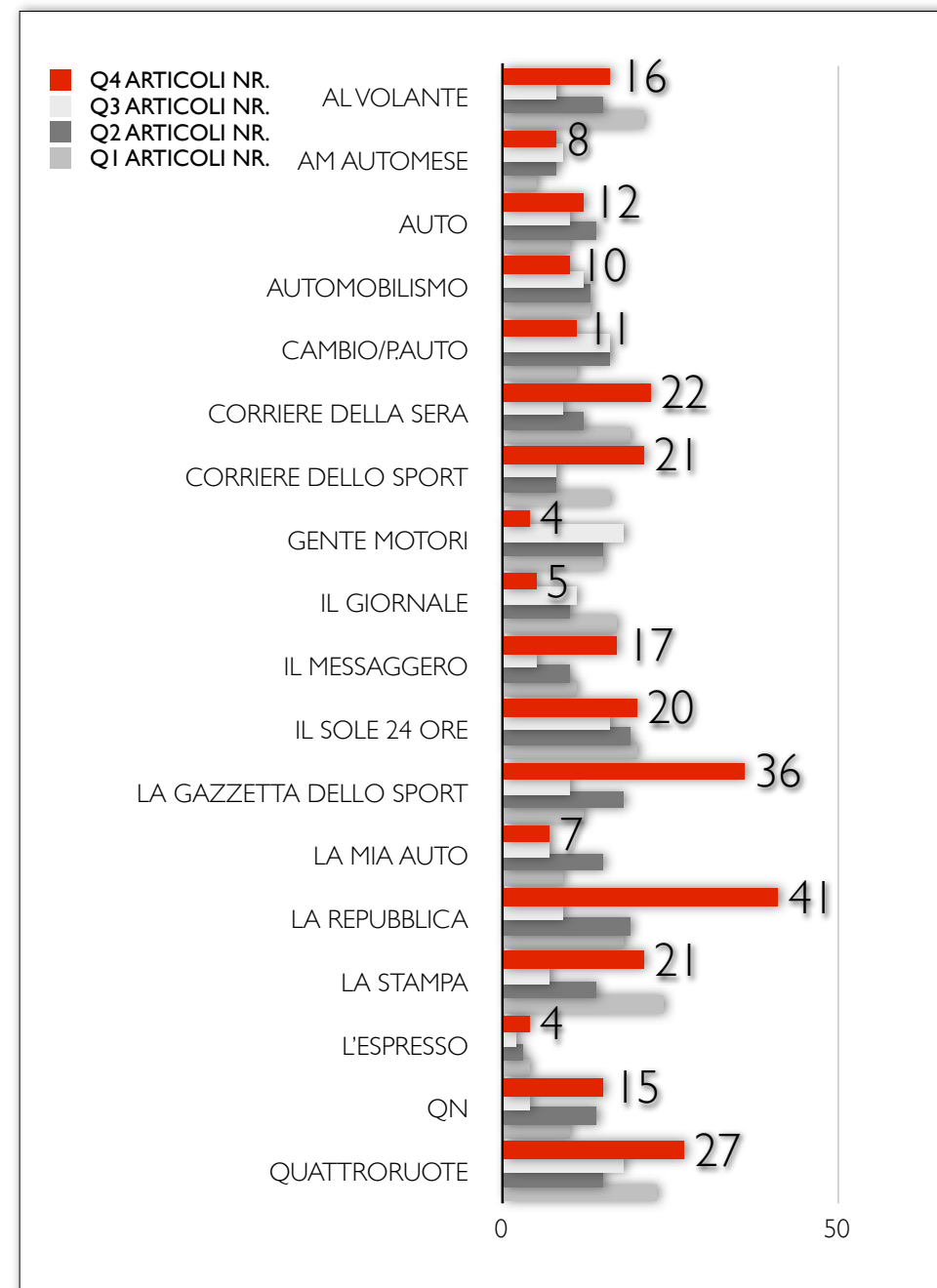
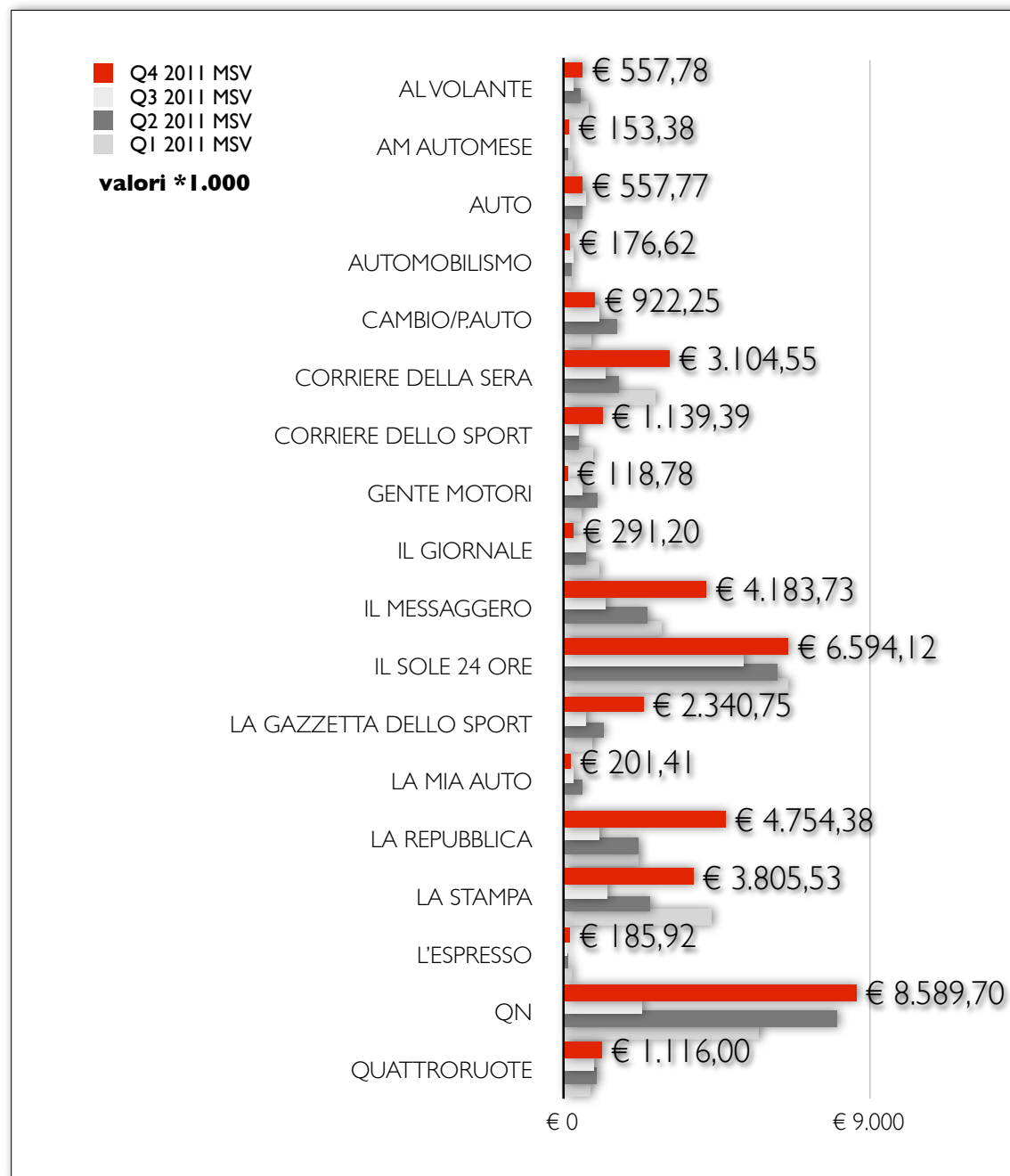
Media Space Value Q4-11 vs Q4-10



2011 Quarter **Four**,



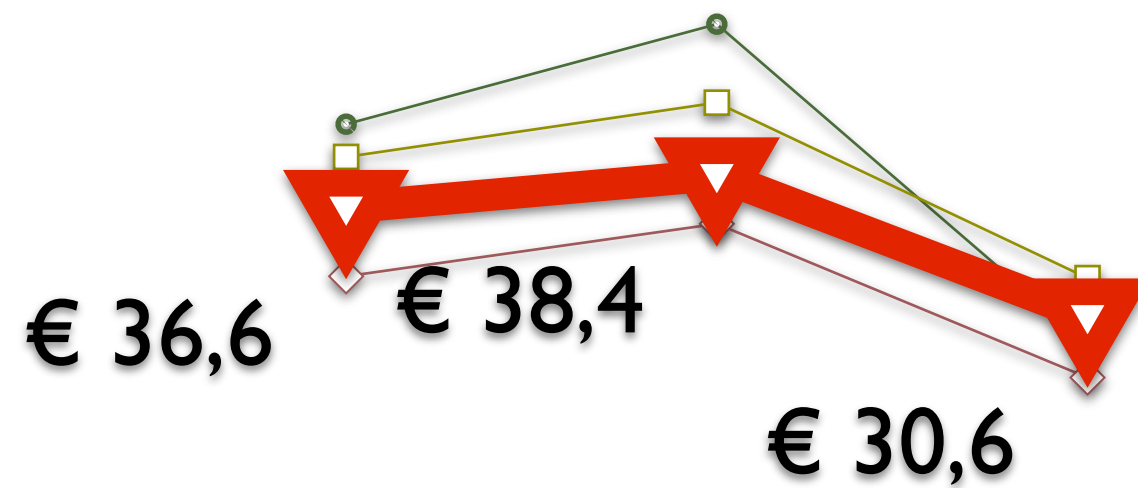
Media Space Value, Major Headings



2011 Quarter **Four**,



Media Space Value, Medium Valore/Articoli



OVERALL

NEWSPAPER

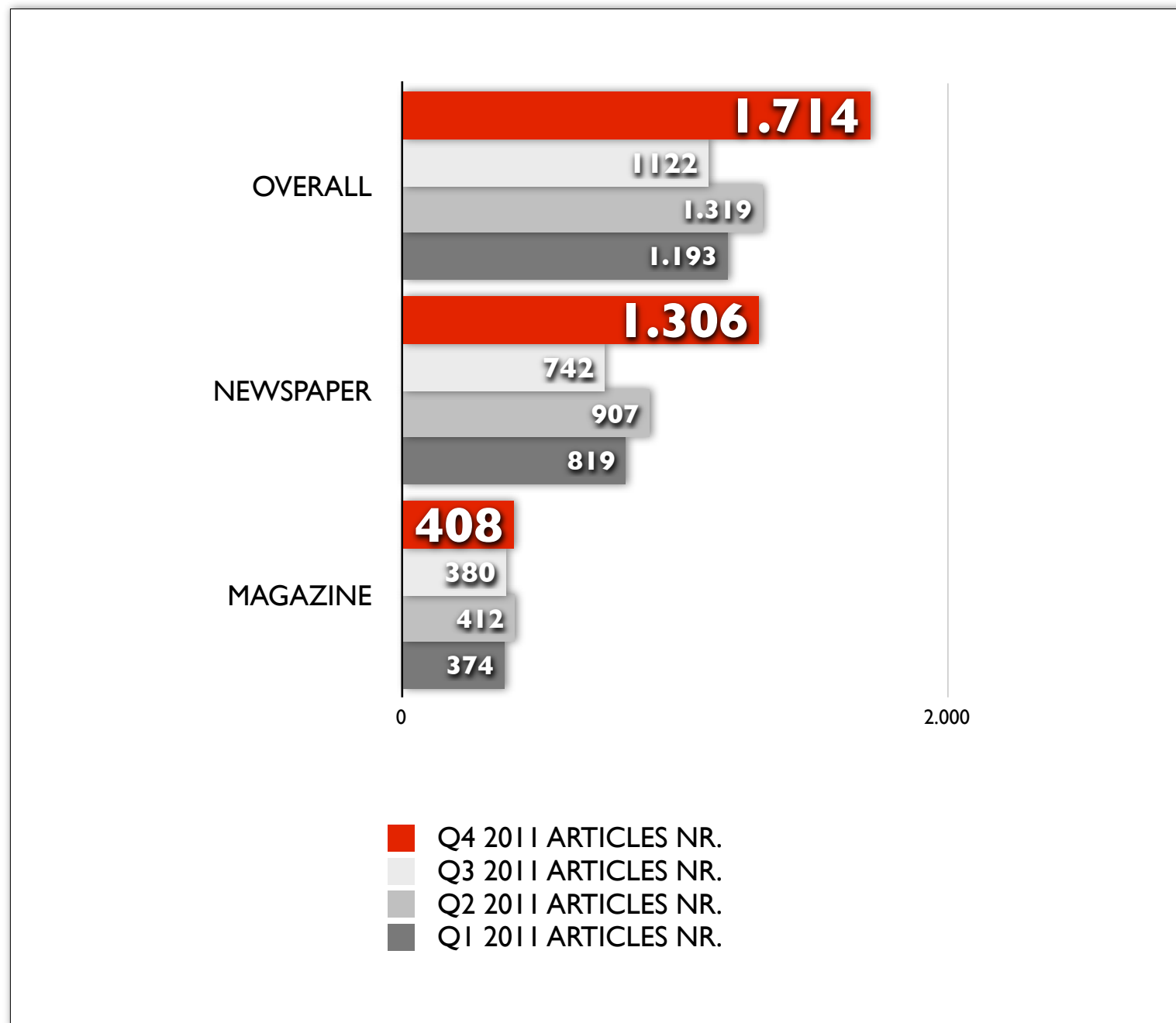
MAGAZINE

- ▼ Q4 MSV MEDIUM - € x 1.000
- ◇ Q3 MSV MEDIUM - € x 1.000
- Q2 MSV MEDIUM - € x 1.000
- Q1 MSV MEDIUM - € x 1.000

2011 Quarter **Four**,



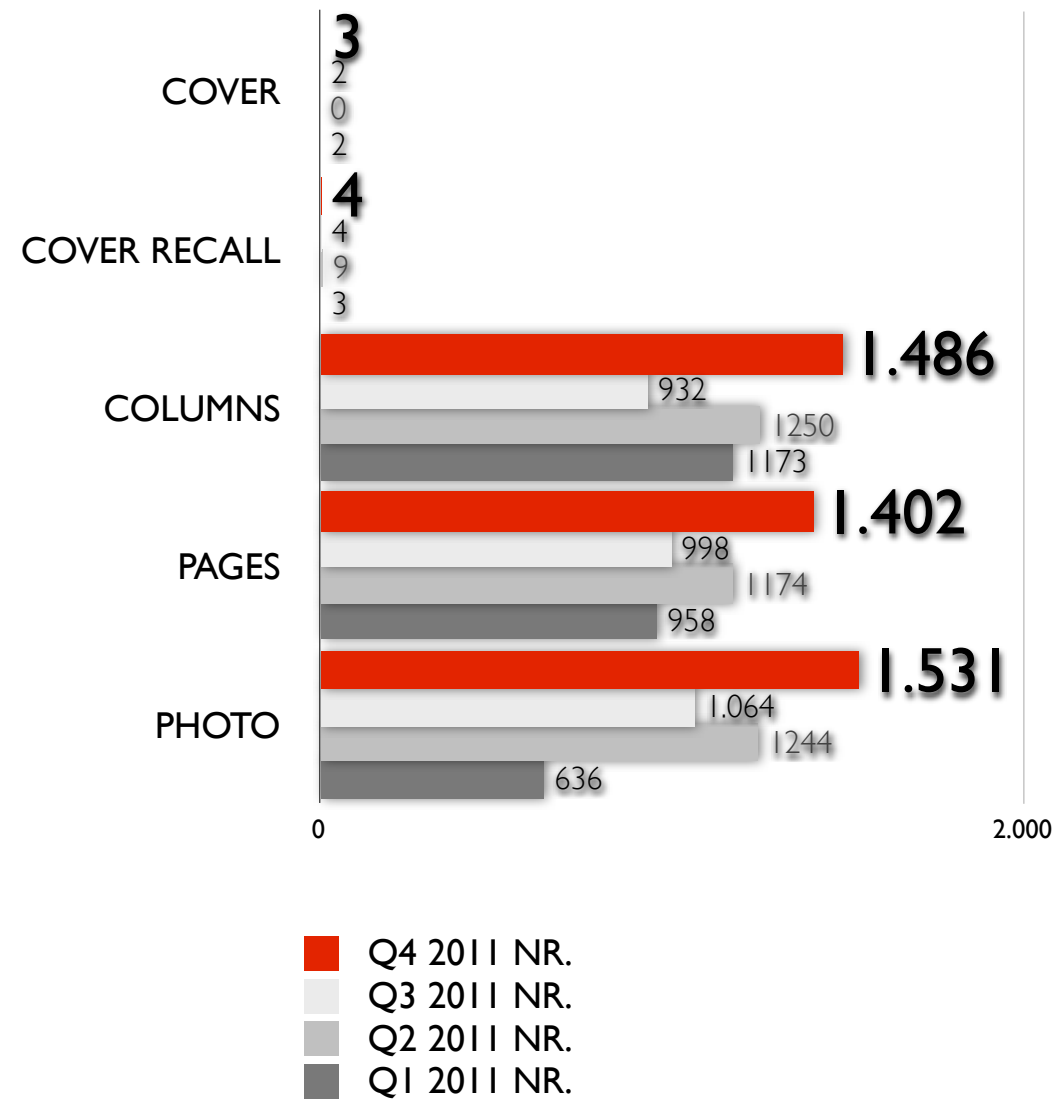
Articoli Numero



2011 Quarter **Four**,



“Snapshot”



2011 Quarter **Four**,



ReaderShip Average Day & Co.

