

# 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).