



Management Summary

Generale, Highlight Rassegna Stampa 2009

Overall 2009. Il Report 2009 della Rassegna Stampa Volvo evidenzia un notevole incremento del MSV rispetto all'anno precedente. La crescita del valore degli spazi è pari al **33,2%** passando da 90,6 milioni di euro a **120,7** milioni. Di pari passo è stata la crescita del numero di articoli, **+31,2%**.

E' necessario sottolineare come l'aumento del MSV sia stato conseguito grazie al grande numero di pubblicazioni ottenute sui più importanti quotidiani nazionali, quelli ad elevato valore di listino. Questi segnano una variazione di oltre il cinquanta per cento rispetto all'anno precedente attestando il loro MSV 2009 ad oltre 87 milioni di euro.

L'analisi del MSV delle "Major Headings" è significativa per illustrare questo aspetto: il loro valore è pari al 61% del totale. Tra queste figurano i principali quotidiani nazionali e le riviste specializzate con elevata tiratura. In altre parole i 73,6 milioni di euro delle 'Major 2009', da sole, rappresentano quasi il risultato totale di una delle precedenti edizioni della rassegna stampa.

Le attività di pubbliche relazioni e comunicazione relative alla presentazione della **S60 Concept** hanno consentito di raggiungere il ragguardevole importo di 10,7 milioni euro, pari al nove per cento circa dell'intero valore 2009. Tanto più importante in considerazione del fatto che si tratta di un concept e segnale della attesa per il nuovo modello intermedio Volvo.

Polar, nel complesso dei modelli della gamma, ottiene oltre il quindici per cento, 9,89 milioni di euro della linea Corporate a riprova, se ce ne fosse stato bisogno, del valore intrinseco di questa linea di prodotto.

La lettura delle prime slide del Report Generale 2009 della Rassegna Stampa Volvo potrebbe assecondare la considerazione che il notevole incremento del MSV sia attribuibile agli articoli pubblicati verso la fine dell'anno, Quarter Four, in occasione delle prime notizie sulla potenziale vendita di Volvo alla **Geely**.

E', invece, la **Volvo Ocean Race** che, nell'ambito della linea Corporate, rappresenta la percentuale più cospicua del MSV con il 31,8%. La notizia della probabile partecipazione di una, o più, barca italiana alla regata del 2011 con Giovanni Soldini ha focalizzato l'interesse sulla competizione.

Altrettanto importante sia per gli spazi sui quotidiani nazionali, in misura maggiore gli 'areali', sia tra le riviste specializzate, l'interesse per la **Volvo Cup**. Le cronache delle regate hanno puntualmente avuto spazio al lunedì mattina mentre gli articoli sui principali protagonisti, e avvenimenti di 'colore', hanno cadenzato la settimana.

