



Management Summary Quarter Four

Quarter Four. L'incremento del MediaSpaceValue è stato determinato dalla pubblicazione di un grande numero di articoli relativi alla potenziale vendita da parte di Ford alla cinese **Geely**.

Altrettanto interesse ha suscitato la notizia della costituzione di un team italiano per la prossima **Volvo Ocean Race**. I nomi delle persone, Elkan e Soldini, sono stati gli elementi più citati negli articoli, spesso nei titoli e nei sommari. In congruo numero di occasioni abbinati al titolo della regata, Volvo Ocean Race per esteso o nelle forme "Volvo Race" oppure "Ocean Race" con richiami nelle didascalie delle foto, quando pubblicate. A proposito di queste ultime può essere utile rimarcare l'esiguo numero - riferito ai quotidiani - di foto della regata conclusasi nel 2009. Diversamente la Ocean Race ha ottenuto grande presenza fotografica nelle pagine dei mensili, in particolare quelli dedicati alla vela.

Entrambi gli argomenti hanno avuta grande eco sui quotidiani ad elevata tiratura ed alto prezzo di listino, quelli primari a diffusione nazionale come La Repubblica, La Gazzetta dello Sport, Il Sole 24 Ore contribuendo così in modo determinante al conseguimento del risultato economico raggiunto nel Quarter 4.

La diffusione delle foto ufficiali della nuova **S60** è stata sottolineata con l'evidenza tradizionalmente riservata ai nuovi modelli Volvo. Nel caso della berlina intermedia ha assunto un importante rilievo la disponibilità del sistema "**Pedestrian Detection**".

Analogamente il test drive nazionale per il lancio della C30 e della C70 Converible FaceLift ha ottenuto ampi spazi in entrambe le tipologie di giornali. Gli aspetti relativi al design, alla qualità delle emissioni ed al prezzo di base (per la C30) sono stati gli argomenti trattati con più frequenza. La C30 ha suscitato un interesse, e di conseguenza maggiori spazi, più importante rispetto alla C70 Convertible. Il restyling della C30 è stato altresì lo spunto di partenza per la citazione, nella quasi totalità degli articoli, delle versioni DRIVE e, successivamente, di quella elettrica. Altrettanto citato l'intervento di **Michele Crisci** relativo alla posizione di Volvo Italia sul mercato italiano.

E' proseguita con intensità rilevante la pubblicazione della notizia relativa al test drive italiano per il lancio delle versioni **Polar**. Negli articoli, tanto sui quotidiani che sugli specializzati è stato dato rilievo al valore del marchio. Relativamente al prodotto l'accento è stata posta sul vantaggioso rapporto "value-for-money".

