

Accordo multimediale fra Class Editori e Xinhua News Agency

14/12/2011

L'accordo con l'agenzia di stampa di governo cinese, che sarà operativo a partire dal 2012, prevede reciproci scambi di notizie e analisi sull'economia, la finanza e il mondo del fashion italiano e cinese, nonché attività congiunte nel campo dell'informazione televisiva economica e culturale e di lifestyle cinese.



Class Editori e Xinhua News Agency, l'agenzia di stampa di governo cinese, hanno firmato un'intesa che ha come obiettivo la cooperazione in una serie di progetti editoriali. L'accordo, che sarà operativo a partire dal 2012, prevede

reciproci scambi di notizie e analisi sull'economia, la finanza e il mondo del fashion italiano e cinese, nonché attività congiunte nel campo dell'informazione televisiva economica e culturale e di lifestyle cinese che andranno in onda sul canale **Class CNBC** (che trasmette sul canale 507 di Sky e su Internet, all'indirizzo webtv.cubovision.it), su **ClassTV** (al 27 del digitale terrestre) e sulle Tv degli aeroporti e delle metropolitane di Roma e Milano (parte del sistema Out of Home di Class Editori).

Prosegue così il progetto di Class Editori di partnership con il mondo asiatico. E Xinhua penetra nel sistema televisivo italiano.

In base all'accordo, Class Editori sarà inoltre partner privilegiato di Xinhua nella sua strategia di sviluppo delle attività televisive del gruppo multimediale cinese attraverso la **Xinhua CNC Company**, che è broadcaster del canale all news in lingua inglese CNC diffuso in tutta l'Asia e con il programma di realizzare canali locali in Europa.

L'accordo fra Class Editori e Xinhua News Agency è stato firmato ieri, martedì 13 dicembre, a Firenze, e comunicato alla platea riunita in occasione del **Milano Fashion Global Summit** organizzato da **Class Editori** in collaborazione con **Camera Nazionale della Moda Italiana (Cnmi)**, **The Wall Street Journal Europe** e **Bank of America - Merrill Lynch**, con media partner **Xinhua News Agency** e **La Nazione**, dedicato al tema *Options of Luxury - The Voice of China: Evoluzione dei consumatori, style, produzione, distribuzione e investimenti*.

La decima edizione del Summit, che si è tenuta nella splendida cornice di Palazzo Vecchio-Salone dei Cinquecento, a Firenze, è stato un grande successo in termini di pubblico e critica.

Fra i protagonisti di moda e lusso che sono intervenuti, oltre al Sindaco di Firenze, **Matteo Renzi**, **Luca Cordero di Montezemolo** (Ferrari), **Matteo Cordero di Montezemolo** (Fondo Charme), **Brunello Cucinelli**, **Diego Della Valle** (Tod's), **Patrizio Di Marco** (Gucci), **Gian Giacomo Ferraris** (Versace), **Luigi Gubitosi** (Bank of America Merrill Lynch), **Federico Marchetti** (Yoox), **Stella McCartney**, **Raffaello Napoleone** (Pitti Immagine), **Michele Norsa** (Ferragamo), **Renzo Rosso** (Diesel), **Davide Traxler** (Chopard Italia), **Albiera Antinori** (Marchesi Antinori), **Lamberto Frescobaldi** (Marchesi de'Frescobaldi).

Sponsor dell'edizione 2011 del Milano Fashion Global Summit sono stati **WindBusiness**, **IDG-Accel China** e **Borsa Italiana**; sponsor tecnici **Caffè Mocarabia**, **Cassina**, **Guido Guidi**, **Kosmos**, **Poltrona Frau**, **Puig**, **Roda**, **Temporary** e **UniMoney**.

SP
