



TV Per l'edizione 18 di "Striscia" sponsor Mitsubishi; Antonio Ricci: «Geniale Pupo al posto di Bonolis»

Si apre questa sera su **Canale 5** la dodicesima edizione di "Striscia la notizia", il tg satirico di **Antonio Ricci** che quest'anno adotta come sottotitolo "La voce della divergenza" e promette lo stesso tono sarcastico e rilevante delle precedenti 17 edizioni. Dopo il turn-over di conduttori dalla primavera scorsa, il programma di accessi prime time torna ad una conduzione più stabile con **Edo Gaggio** e il **Fanco Nerli** da oggi fino al 15 novembre, quando a quest'ultimo subentrerà **Enzo Lucchetti**. «Siamo voluti ripartire dalla mitica coppia di conduttori che a marzo scorso raccolsero "Mitar Tuti"», ha detto Ricci, lanciando la prima delle tante "fracciate" con le quali ha condotto la conferenza stampa

di venerdì scorso. «Raggiunto l'obiettivo, **Pierluigi (Rettusconi)**, ndr) ci disse di abbandonare la presa e di non "stangare" **Paolo Bonolis**, questo perché secondo Ricci l'accordo tra Mediaset e il conduttore romano «ci regala da dicembre 2004». Il programma, che per quest'anno, annuncia un'edizione di stabilità, confermando i personaggi e gli inviti, avrà invece due nuove valine: la nota **Melissa Satta** la bionda brasiliana **Thais Wiggers**. Come fanno sapere, ma con **Pupo** al posto di Bonolis, "Striscia" avrà come diretto concorrente "Mitar Tuti". «Scegliere Pupo come conduttore è stato geniale», ha detto ancora Ricci - «se da la fa lui, è dimostrato che la forza è nel format non nel conduttore. Oggi Pupo



immagine promozionale di "Striscia"

batte pesantemente da Bonolis da "Paperissima Spina" ed **Eva Hanger** dando 5 punti a lei e 21 a lui, e questo», ha sottolineato, «vuol dire che Pupo vale 21 volte Bonolis». Ricci ribadendo la critica all'**Audiot** che «fotografa solo un campione di telespettatori anziani», ha sottolineato che «Mitar Tuti» e "Striscia" non possono essere concorrenti, perché la vera controprogrammazione a **RaiUno** è "Sarabanda", se l'azienda lo sopprime e ci mette un telefilm è normale che "Striscia" perda telespettatori. Dopo l'ultimo anno con una media di share del 27%, il programma non può sottrarsi all'obiettivo di tenere testa all'accessi prime time di **RaiUno**, con un'offerta commerciale immutata nell'impostazione (i break e i telepromozioni) e nell'orario rispetto alla primavera. Protagonista della prima settimana di telepromozioni sarà **Mitsubishi**, cui subentrerà, da lunedì prossimo, **3**.

ADVERTISING



Balconi on air con Del Monte

Continua la collaborazione tra **Balconi** e agenzia **Del Monte & Partner** per il rafforzamento del messaggio istituzionale e la divulgazione del marchio dell'azienda deliziosa. Il gruppo è infatti on air con un nuovo flight della campagna "Un nuovo modo di cucinare", pianificata su stampa nazionale e in tv su reti **Mediaset**, **Rai**, su canali satellitari. La presenza internet sul sito **Rai.it** diventerà complessivamente oltre 5 mesi. Investimento media risulta triplicato rispetto al primo semestre e la pianificazione è diretta ad un target qualitativamente più elevato.



Leader nelle comunicazioni alla Pubblica Amministrazione e alle Professioni Tecniche.

PUBLIMAGGIOLI

Capofila della qualità di pubblicità nel Gruppo Mediaset

Compiete 10 ANNI clicca qui!

Via del Capito, 1 - 47022 Santarcangelo di Romagna (RN) - tel. 0541 4251001 fax 0541 425007 - e-mail: publimaggioli@mediaset.it - www.maggioli.it