



Martedì 28 gennaio 2014



Mercoledì 29 gennaio 2014

Una sorta di “Uomini e donne’ alla De Filippi, dentro una Sardegna da cartolina”, criticarono i detrattori.

Alessandra Barzaghi, a domanda rispose: “In realtà non ho visto le puntate perché ero impegnata nel ballo. So che è carino e che piace”.

Una risposta candida, sincera e rivelatrice: Sweet Sardinia non l’ha visto neppure chi l’ha fatto, figurarsi i telespettatori.

L’idea di partenza non era forse neanche male...

lo share medio di *La5* tra settembre e novembre: 0,7%. Semplicemente il nulla.

la Regione di Ugo Cappellacci s’era così appassionata al progetto proposto dalla torinese Showlab (*guarda il documento*) da decidere di coprodurre il format sborsando 950mila euro pescati tra Sardegna Promozione (900mila) e Film commission (50mila a valere sul bando *hospitality, guarda*).

Pablo Sole – Sardinia Post

Una sorta di *Uomini e donne* in alto mare.

... un reality inesistente. Che non ha visto nessuno, neanche la conduttrice, Alessandra Barzaghi.

Confessa in maniera molto candida di non averlo visto nemmeno la conduttrice la bellissima Alessandra Barzaghi. "Purtroppo non l’ho visto. Mi hanno detto però che era molto carino”.

C’è un piccolo problema: l’idea del programma era anche buona...

... ma lo share è stato dello 0,7 per cento. Non l’ha visto nessuno. Dentro e fuori dalla Sardegna.

Cappellacci [...] ha fatto tirare fuori alla Regione 900 mila euro e altri 50 mila dalla Film Commission Sardegna, sempre casse pubbliche

Emiliano Liuzzi – Il Fatto quotidiano