

## Debutta 'Riccione' nuovo web film sul canale YouTube Rai

**Attualità** - 23 luglio 2019 - 18:57



Dal 23 luglio alle ore 13,30 sul canale YouTube di Rai andrà online il film web **Riccione**. Un film della **durata di circa 40 minuti che andrà incontro ad una fruizione concepita su diversi mezzi e in diverse modalità**. La produzione del film ha scelto Riccione in linea con la collaborazione che ha visto il Comune al fianco di numerose iniziative di Rai Pubblicità e perché rappresenta un must del turismo pop made in Italy, che ben si sposa con un linguaggio orientato ad un pubblico giovane.

Prodotto da **Melasento Produzioni**, con la regia di **Giorgio Romano**, il film vanta un cast che ha riunito alcuni dei migliori creator italiani di contenuti sul digitale e alcuni personaggi del mondo della tv, della musica e del cinema.

In particolare, tra i personaggi principali ci sono Pancio e Enzuccio, duo web, la modella e influencer Valentina Vignali, la professionista del fitness Roberta Carluccio, il cantante Shade, Ricky e Pasqui di Casa Surace e molti altri youtuber e comici: Panpers, Autogol, Ludovica Pagani, al fianco di Shade nel video ufficiale di La hit dell'estate, Amedeo Preziosi, Enzo Salvi, Annibaluzzo, Edoardo Mecca, Naomi De Crescenzo.

**Caratteristica fondamentale di questo tipo di prodotto è la costruzione del progetto insieme agli utenti attraverso i social che possono già, nella fase ideativa e produttiva, partecipare allo sviluppo corale del soggetto.**

**Il progetto, interamente finanziato dai partner commerciali di Rai Pubblicità**, Mac Cosmetics, Monge e Reckitt Benckiser con l'ambizione di affermare un vero e proprio genere dell'intrattenimento digitale, è stato presentato lunedì pomeriggio a Milano.

“Dopo il successo ottenuto da “Natale a Roccaraso”, il web film lanciato lo scorso Natale sui social con un grande successo di visualizzazioni su Youtube - **dichiara l'assessore al turismo Stefano Cladari** - oggi debutta sempre sul web una nuova produzione con protagonista la città di Riccione. Grazie alla facilità di un racconto destinato ad un target giovanile con la partecipazione di youtubers da milioni di followers, la città si ripropone come un marchio sempre più accattivante e di tendenza. Si tratta di una ulteriore opportunità di marketing territoriale che testimonia le opportunità del buon vivere, del divertimento e della qualità di vita presenti nel nostro territorio”.