

**Geolier presenta il nuovo Maxibon Coconut Paradise, con la collaborazione di Nicolò De Devitiis**



Il "Paradiso reale" è il tema di un'intervista realizzata da Nicolò De Devitiis al cantante Geolier che, in un video, parla delle sue radici napoletane mentre presenta il nuovo gelato Maxibon.

ADV


**Ottieni il 46% di sconto su Creative Cloud.**  
 Si applicano Termini e Condizioni.
 [Acquista ora](#)


Il brand appartenente al Gruppo **Froneri**, **Maxibon**, ha appena lanciato un nuovo gelato, come annunciato il 25 luglio 2024 in un comunicato stampa: si tratta di un sandwich realizzato con gelato al cocco con una copertura di cioccolato bianco.

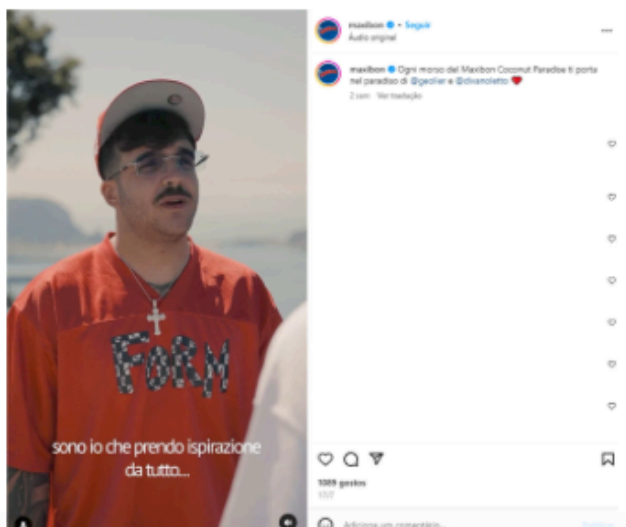
Per promuovere il **Maxibon Coconut Paradise** l'azienda ha stabilito una collaborazione con il cantante partenopeo **Geolier** e l'inviato delle Iene **Nicolò De Devitiis**, dando vita a un filmato ripreso nella città di **Napoli** e firmato dall'agenzia **Iaki**.



**IL "PARADISO REALE" DI GEOLIER SVELATO IN UN'INTERVISTA DI NICOLÒ DE DEVITIIS PER MAXIBON**

Maxibon presenta il suo nuovo prodotto come «*così buono*» che «*ogni morso ti porta in paradiso*»: da qui infatti il nome del nuovo gelato "Maxibon Coconut Paradise" e il tema della **chiacchierata informale** tra Geolier e Nicolò De Devitiis durante la quale il rapper parla di cosa significa per lui il paradiso.

Nel video, condiviso il 17 luglio sul profilo Instagram di Maxibon, i due protagonisti condividono una tazza di caffè davanti a uno splendido paesaggio, a Napoli. Le riprese del cantante e del reporter si alternano a quelle della città partenopea che sarebbe la principale **fonte di ispirazione** di Geolier, come afferma nel filmato.



Mentre giocano a biliardino, mangiano una pizza e, infine, un Maxibon Coconut Paradise, Geolier e Nicolò De Devitiis portano gli spettatori alla scoperta della città partenopea, presentata, alla fine del video, come il "paradiso reale" secondo il cantante.

### Maxibon sceglie Geolier e Nicolò De Devitiis per parlare alla Gen Z

La nuova collaborazione intrapresa da Maxibon vuole mettere in risalto la **dimensione più innovativa** e il « *carattere irriverente e fuori dagli schemi*» del **brand**, « *capace di reinventarsi costantemente senza abbandonare la straordinaria qualità che da sempre lo contraddistingue*».

La scelta di Nicolò De Devitiis e Geolier come partner ha permesso a Maxibon di usare un **linguaggio giovanile e informale**, funzionale a raggiungere in particolar modo il segmento di **target Gen Z**, « *una generazione proiettata verso il futuro ma con un occhio sempre attento alla ricercatezza di ciò che sceglie*».