

TESTATA

DATA USCITA

SOGGETTO

www.foodaffairs.it

25 lug 2024

Maxibon

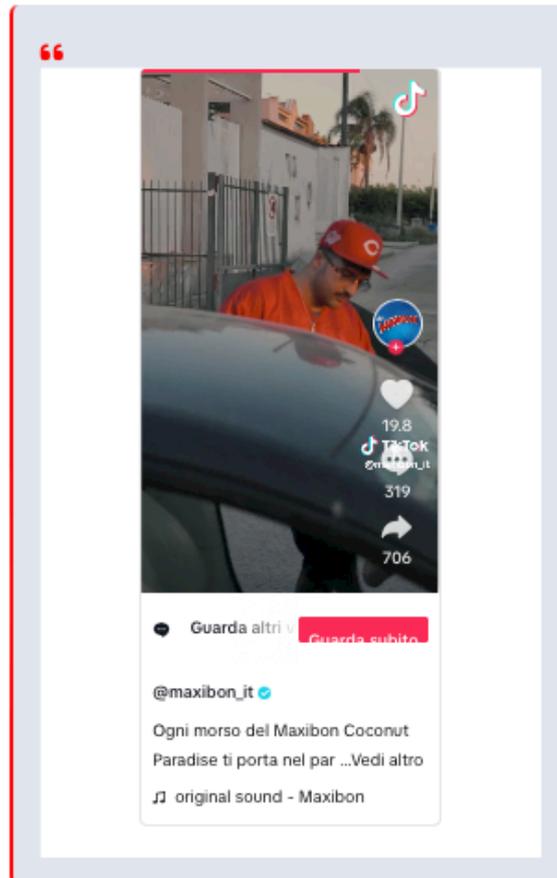
Geolier e Nicolò De Devitiis protagonisti della nuova campagna Maxibon

1/3



L'estate, il relax e l'indiscusso fascino del mare: gli ingredienti perfetti per godersi un momento paradisiaco insieme a uno dei gelati più amati di sempre.

MAXIBON, iconico brand del Gruppo Froneri e leader nel segmento sandwich in Italia, ci porta alla scoperta di cosa sia il Paradiso per Geolier grazie al nuovo Coconut Paradise, così buono che "ogni morso ti porta in paradiso".



I protagonisti del nuovo contenuto sono infatti il rapper partenopeo, tra i fenomeni musicali più eclatanti che l'Italia abbia visto negli ultimi anni, forte delle sue radici e sempre teso a superare qualsiasi limite geografico e musicale e che, a oggi, ha collezionato 71 dischi di platino e 28 ori, e Nicolò De Devitiis, inviato de Le Iene, conduttore tv e rivelazione di quest'anno con il suo format "48 ore con", che ha spopolato; noto per la sua curiosità e capacità di raccontare storie coinvolgenti connettendosi in maniera profonda ed empatica con gli intervistati e con il pubblico.

Da bravo reporter, appunto, anche in questo progetto Nicolò intraprende un viaggio nei luoghi in cui Geolier ha dato vita al suo grande successo e, per merito di un delizioso Maxibon Coconut Paradise, apre le porte al regno del celebre rapper napoletano: il suo "Paradiso Reale".



Un'affascinante chiacchierata che mette al centro l'ultimo gelato lanciato dal brand, un sandwich realizzato con cremoso gelato al cocco, scagliette di cocco tra biscotti al cacao e ai cereali, e con una copertura di cioccolato bianco con granella al cocco e granella di biscotti al cocco.

Il contenuto è già stato pubblicato sui profili TikTok e Instagram di Maxibon e sarà disponibile anche sui profili social dei due protagonisti.



Con questa nuova collaborazione, Maxibon mette in luce ancora una volta il suo importante percorso di innovazione confermandosi un brand irriverente e fuori dagli schemi, capace di reinventarsi costantemente senza abbandonare la straordinaria qualità che da sempre lo contraddistingue.

L'originale linguaggio di comunicazione di Nicolò De Devitis e lo stile autentico e innovativo di Geolier ha fatto dei due i partner ideali per trasmettere questi valori e intercettare sempre di più il segmento Gen-Z, una generazione proiettata verso il futuro ma con un occhio sempre attento alla ricercatezza di ciò che sceglie.

La campagna è stata realizzata dall'agenzia laki, che ha curato la strategia creativa, la selezione e la gestione dei talent.