Tinder Newsroom

Un Match È Solo L'inizio™: La Campagna Globale Tinder Per Celebrare Le Infinite Possibilità Dietro Ogni Match

Arriva anche in Italia Un Match è solo l'inizio™, la prima campagna globale di Tinder dedicata a celebrare il potere delle relazioni e spingere gli utenti a vivere appieno le infinite possibilità che ogni match può offrire.



Milano, 16 gennaio 2024 - Tinder, l'app più famosa al mondo per conoscere nuove persone, lancia anche in Italia la campagna globale*Un Match è solo l'inizio™*, un inno alla vivacità, alla bellezza e alle infinite possibilità che Tinder offre ai suoi utenti in tutto il mondo. La campagna evoca l'atmosfera di una favola moderna celebrando il potere dell'iconico "It's a match!" che da oltre 10 anni dà vita a innumerevoli relazioni, amicizie e connessioni durature all'interno dell'app.

Il messaggio centrale di *Un Match è solo l'inizio™* mira a spingere i giovani a esplorare le infinite possibilità che scaturiscono da nuove connessioni, sfidando stereotipi e pregiudizi legati al dating online, a partire dalla percezione diffusa che su Tinder si possano trovare solo relazioni effimere.

Tinder in app offre già una varietà di opzioni personalizzate per incoraggiare attivamente gli utenti a esplorare le infinite possibilità di connessioni. Infatti, nella sezione "Cosa cerco su Tinder", gli utenti

possono dichiarare apertamente ciò che stanno cercando, scegliendo tra "Relazione seria", "Relazione seria, ma vediamo", "Niente di serio, ma vediamo", "Niente di serio", "Nuove amicizie" oppure "Ancora non lo so". Questa personalizzazione non solo offre agli utenti un modo diretto per esprimere le proprie intenzioni, ma rappresenta perfettamente il messaggio chiave della campagna *Un Match è solo l'inizio™*.

"*I giovani su Tinder hanno cambiato il concetto stesso di dating, abbandonando le prospettive tradizionali e abbracciando esperienze non convenzionali e un vocabolario completamente nuovo. Siamo entusiasti di poter riflettere la loro concezione della realtà attraverso un'immagine vibrante e ricca nella nostra campagna. Siamo stati ispirati da questa nuova generazione e dal modo unico in cui vedono se stessi e le loro vite amorose*", ha dichiarato **Melissa Hobley, Chief Marketing Officer Globale di Tinder**, che sta dando vita alla visione del marchio attraverso questa campagna globale.

La campagna *Un Match è solo l'inizio™ illustra tutte le possibilità che Tinder offre, dal moderno incontro occasionale a importanti tappe delle relazioni, celebrando la molteplicità di generi, orientamenti e culture presenti in app, frutto dell'atteggiamento sempre più fluido e inclusivo delle nuove generazioni. La campagna si concretizza in quattro coinvolgenti video che raccontano storie uniche: unə ragazzə che esplora i migliori ristoranti della città con i suoi Tinder date; una coppia che si gode l'alba assieme; un appuntamento che termina con un romantico bacio; unə ragazzə che si sveglia solə, per scoprire che il Tinder date stava solo preparando la colazione.*

Questa serie di video mira a valorizzare le emozioni e le possibilità che ogni Tinder date può offrire, promuovendo un nuovo paradigma nel mondo del dating. La campagna enfatizza come ogni incontro rappresenti un punto di partenza per vivere esperienze uniche e indimenticabili, che possono portare a esiti diversi e unici, da brevi conoscenze ad amicizie e relazioni romantiche a lungo termine. Lasciando spazio a diverse tipologie di connessioni, la campagna celebra la varietà delle relazioni umane, sottolineando che *Un Match è solo l'inizio™*di un viaggio emozionante.

La campagna è già live in Italia sui social media, sulle piattaforme di streaming e OOH. I video hero d*Un Match è solo l'inizio™*sono disponibili nel canale Youtube ufficiale di Tinder Italia aquesto link.

Ulteriori asset grafici della campagna sono accessibili al seguente link.

---

https://it.tinderpressroom.com/news?item=122570