

Real Messages, Real Romance: la nuova campagna di Tinder ispirata alle prime chat delle coppie

Un viaggio alla scoperta della magia di come nasce una nuova relazione ogni 3 secondi su Tinder

MILANO, 12 luglio 2024 – Tinder, l'app che ha rivoluzionato il modo in cui le persone si incontrano, ha annunciato un nuovo capitolo della sua pluripremiata campagna globale, "It Starts With a Swipe". La campagna mostra i più teneri "meet-cutes", ovvero i primi messaggi che le coppie si sono scambiate quando si sono incontrate per la prima volta su Tinder e che ora sono in una relazione.

In una serie di nuovi spot video, la campagna si ispira alla serendipità tipica delle classiche commedie romantiche reimmaginate attraverso la lente dei date moderni. Gli spot mostrano single che si incontrano negli scenari più iconici delle commedie romantiche, con dialoghi ispirati ai primi messaggi che le coppie si sono scambiate quando si sono conosciute sull'app.

Nell'epoca post-pandemica, tutti cercano legami più autentici e significativi, e la generazione più giovane di single, cresciuta negli spazi virtuali, sente ora la nostalgia nei confronti dei "meet-cute", tipici delle sitcom e nei film classici. Ma mentre alcuni di noi sognano ancora gli incontri di un tempo, gli scenari classici delle commedie romantiche possono sembrare un po' imbarazzanti per i daters più moderni.

A differenza delle commedie romantiche che conosciamo e amiamo, i veri incontri non devono iniziare come i propri film preferiti per finire allo stesso modo. Dopotutto, quante persone conoscono davvero la propria anima gemella incontrandosi in una libreria? Prendendo lo stesso taxi? O durante un inaspettato incontro sotto la pioggia?

"Oggi chi cerca l'amore è nostalgico dei "meet-cute" delle vecchie rom-com. Ma la realtà è che quei "meet-cute" sono l'eccezione, non la regola. Tinder è il luogo dove gli incontri moderni accadono—chiedete alle milioni di coppie che si sono conosciute su Tinder," ha detto **Stephanie Danzi, SVP di Marketing di Tinder** *"Grazie a Tinder, una nuova relazione inizia ogni tre secondi e questa campagna celebra proprio quelle milioni di coppie. Siamo onorati di aver creato spot ispirati a primi messaggi scambiati delle coppie su Tinder."*

I protagonisti degli spot sono personaggi famosi, noti per aver interpretato ruoli che rappresentano esperienze di dating che incarnano quelle dei giovani single di oggi. Tra gli attori presenti figurano Lana Condor (*To All The Boys I've Loved Before*) ed Evan Mock (*Gossip Girl*). La campagna, utilizzando i primi messaggi scambiati tra coppie reali, racconta il moderno meet-cute come un'esperienza digitale, in cui non mancano l'eccitazione, l'imbarazzo e le scintille che caratterizzano una prima interazione.

I nuovi spot video della campagna includono:

["Rescue," ispirato ai messaggi di Tinder tra Samantha e John](#)

Con gli attori Lana Condor e Evan Mock, "Rescue" racconta come sarebbe stata la prima interazione tra Samantha e John se si fossero incontrati per la prima volta nella vita reale. Ambientato in una biblioteca, vediamo Samantha scivolare da una scala mentre prende un libro. In un classico momento di incontro che rende omaggio alle commedie romantiche, John riesce a prenderla al volo. Condor si lascia sfuggire una serie di parole, che vengono visualizzate come messaggi fluttuanti di una chat e che riportano i veri errori di battitura di una conversazione realmente esistita su Tinder con John.

["Rain," ispirato ai messaggi di Tinder tra Kate e Lain](#)

Kaite e Lain si ritrovano in un campo di fiori nel bel mezzo di un temporale. La prima comincia ad elencare i dettagli del suo tema natale astrologico all'altra, la cui risposta è semplicemente: "Così sexy". Mentre le nuvole si diradano, la coppia si abbraccia mentre vengono mostrati i loro primi messaggi su Tinder.

["Taxi," ispirato ai messaggi di Tinder tra Danielle e Matthew](#)

Danielle e Matthew si scontrano mentre cercano di prendere lo stesso taxi. Dopo aver iniziato una conversazione con una battuta d'approccio sdolcinata, Matthew ripete la stessa frase goffamente: appaiono così i messaggi che rivelano come la loro conversazione fosse iniziata con un "doppio invio" accidentale in una chat di Tinder.

I nuovi spot video della campagna "It Starts With a Swipe" saranno trasmessi a livello globale su piattaforme digitali e di streaming a partire dall'8 luglio.

Parallelamente alla nuova campagna, Tinder riporterà la sua popolare serie estiva "Single Summer Series" per il secondo anno consecutivo, a New York, Los Angeles, Miami, Austin e Nashville.

*"Solo l'8% dei daters offline afferma che per loro è facile trovare un appuntamento nella vita reale^[1], e molti hanno perso l'opportunità di entrare in contatto a causa della pandemia", ha dichiarato **Melissa Hobley, Chief Marketing Officer di Tinder**. "Noi di Tinder vogliamo dare ai nostri utenti la possibilità di instaurare legami significativi che si estendano anche alla vita quotidiana".*

^[1] US Wave 3 2023 Report: U30 Offline Barriers