

TINDER E SPRITE LANCIANO LA PARTNERSHIP “CAN YOU SPICE TOGETHER?”, PORTANDO UNA NUOVA VISIONE DEL DATING IN VISTA DI SAN VALENTINO

Attiva in alcuni mercati europei, la campagna combina insight culturali, short-form video, attivazioni con influencer e packaging co-branded

MILANO, 16 Gennaio 2026 - Tinder e Sprite annunciano oggi una nuova partnership per il primo trimestre del 2026, presentando “**Can You Spice Together?**”, una campagna collaborativa che prenderà il via in vista di San Valentino.

Celebrando i modi più audaci ed espressivi con cui i giovani adulti si connettono, la campagna unisce l’identità distintiva e rinfrescante di Sprite con il ruolo di Tinder come app per conoscere nuove persone più popolare al mondo.

Con l’avvicinarsi di San Valentino, la partnership risponde a un chiaro cambiamento culturale tra i giovani adulti, sempre più interessati a esperienze di dating divertenti, autentiche e senza pressioni. Poiché sempre più giovani integrano cibi e snack piccanti nel proprio stile di vita e nei rituali sociali, Sprite diventa il compagno ideale, trasformando ogni esperienza culinaria in un vero e proprio momento sensoriale condiviso. Su Tinder, l’amore per il cibo piccante si riflette anche nelle bio: nel corso del 2025, le menzioni di “spicy” sono aumentate del **29%[\[1\]](#)**. Dai primi appuntamenti informali ai rituali legati al cibo condiviso, i giovani cercano momenti che accendano la chimica senza forzare risultati – una filosofia che è al cuore della campagna.

L’idea creativa della campagna fonde il linguaggio visivo audace di Sprite con il ruolo di Tinder nel ridefinire il dating moderno, ponendo una domanda giocosa: *Can You Spice Together?* Pensato per canali digitali, il concept riflette il modo in cui i giovani comunicano oggi: attraverso umorismo, interessi condivisi e segnali culturali.

Questa partnership permette agli utenti dell’app Coke di “liberarsi del banale” grazie a una serie di esperienze interattive e piccanti, tra cui il lancio di **Spice Breakers**, una nuova funzionalità dell’app Coke progettata per aiutare chi fa dating a rendere più vivaci le conversazioni.

Con Spice Breakers, gli utenti dell’app Coke sono invitati a inviare le loro *opening line* più creative ispirate al cibo piccante per avere la possibilità di essere presentati sui canali social di Sprite e degli influencer. I consumatori potranno inoltre vincere abbonamenti Tinder Gold o merchandising in edizione limitata attraverso altre attivazioni in-app. Acquistando e scansionando una lattina o una bottiglia di Sprite, il pubblico potrà sbloccare premi istantanei e accedere a Spice Breakers per mettere alla prova le proprie opening line più audaci e ottenere ulteriori ricompense.

“In Tinder siamo sempre alla ricerca di partnership con brand profondamente radicati nella cultura Gen Z, e Sprite è uno degli esempi più forti a livello globale”, ha dichiarato **Paolo Lorenzoni, VP EMEA Marketing di Tinder**. *“Questa collaborazione riflette il modo in cui i giovani adulti si connettono oggi – attraverso rituali condivisi, umorismo e momenti a bassa pressione – e dimostra come il dating possa essere più espressivo, divertente e culturalmente rilevante. Insieme, stiamo portando questi comportamenti quotidiani dentro l’esperienza di dating in modo naturale”*.

“In Sprite cerchiamo costantemente nuovi modi per coinvolgere il nostro pubblico in maniera fresca e significativa, ha affermato **Michael Willeke, Vice President Marketing, Sparkling Category Europe**. *“Collaborando con Tinder, uniamo l’audacia della cultura del cibo piccante con il gusto iconico e rinfrescante al limone e lime di Sprite per reinventare il dating moderno. Questa collaborazione abbraccia la vitalità e l’autenticità che i giovani adulti desiderano, permettendoci non solo di arricchire i loro primi appuntamenti, ma anche di offrire un nuovo modo di far incontrare le persone davanti a una Sprite e a un pasto speziato”*.

Per raggiungere i giovani adulti nei contesti giusti, la campagna sarà supportata anche attraverso **contenuti con influencer** e format interattivi, tra cui un **nuovo filtro spicy** che permetterà agli utenti Tinder in alcuni Paesi di mostrare sul proprio profilo l’amore per il cibo piccante, facilitando l’incontro con altri spice lovers.

La partnership si estenderà anche al mondo fisico in alcuni mercati selezionati, con prodotti co-branded Tinder x Sprite disponibili in Polonia, Austria, Belgio e nei Paesi Baltici, assicurando alla campagna una presenza nei momenti sociali quotidiani. Le lattine co-branded saranno disponibili fino a esaurimento scorte.

Nota per la stampa: la campagna sarà attiva dal 19 gennaio fino alla fine di aprile 2026 in alcuni mercati europei selezionati, tra cui Austria, Germania, Svizzera, Paesi Baltici, Belux, Romania, Polonia e Italia.

[1] Tinder Global Internal Data from January 2025 - December 2025.

Additional assets available online:  [Foto \(3\)](#)

<https://it.tinderpressroom.com/news?item=122609>