Tinder Newsroom

SPRITE E TINDER INSIEME PER "CAN YOU SPICE TOGETHER?": IL NUOVO FORMAT CON CREATOR E INCONTRI AL BUIO CHE ACCENDE LE CONNESSIONI

Una campagna che celebra il legame tra gusto piccante, relazioni e momenti da vivere insieme.



Milano, 8 aprile 2026 - Sprite presenta in Italia **"Can You Spice Together?"**, la nuova campagna realizzata **in partnership con Tinder** che unisce gusto piccante e relazioni attraverso un **progetto originale con creator e incontri al buio**. Un'iniziativa che porta al centro un nuovo modo di vivere gli incontri, trasformandoli in esperienze intense e coinvolgenti dove il cibo, e in particolare il piccante, diventa un linguaggio capace di accendere emozioni e creare connessioni.

Al centro della campagna, il **connubio tra Sprite e cibo piccante** valorizza un'esperienza sensoriale intensa e coinvolgente. Sprite si posiziona, infatti, come **l'accompagnamento ideale per il piccante**, capace di esaltarne e prolungarne le sensazioni. Un territorio che si intreccia naturalmente con quello delle **relazioni e delle nuove modalità di conoscersi**.

La collaborazione con Tinder nasce proprio dalla volontà di **unire due brand capaci di interpretare le modalità contemporanee di relazione**, soprattutto tra la Gen Z: le nuove generazioni si allontanano da modelli di dating più tradizionali, ricercando modalità sempre nuove per incontrarsi e costruire legami. Allo stesso tempo, chi ama il piccante dimostra una maggiore propensione alla scoperta e a vivere esperienze fuori dall'ordinario. In questo contesto, la campagna trasforma il momento dell'incontro in un'esperienza da vivere con intensità, gusto e spontaneità.

I creator coinvolti, abituati a costruire rapporti con le proprie community, si mettono così in gioco in una dimensione più personale: dopo aver costruito la propria audience, partecipano a **"Can You Spice Together?"** per cercare una connessione autentica e, perché no, la propria anima gemella.

Cuore del progetto è un **format originale sviluppato per YouTube**, articolato in quattro episodi da circa 19 minuti ciascuno, in cui i creator si mettono alla prova nel mondo del dating. Dopo la prima puntata uscita in data odierna con **Valerio Mazzei**, tra i creator più seguiti della Gen Z italiana, seguiranno quelle dei creator **Marta Daddato** (20 aprile), **King Ash** (4 maggio) e **Francesca Cuccuru** (18 maggio).

Ogni episodio mette al centro un creator e tre partecipanti che non ne conoscono l'identità. Dopo una prima fase di gioco ispirata alle dinamiche Tinder dove esprimono la propria compatibilità attraverso swipe positivi o negativi, una delle concorrenti viene esclusa e le altre accedono a due momenti di incontro. Qui, tra **conversazioni spontanee e un menù spicy accompagnato da Sprite**, si sviluppa la conoscenza, mentre i bicchieri di Sprite diventano un elemento narrativo distintivo: si avvicinano quando la sintonia cresce e si allontanano quando l'intesa manca.

Il racconto è arricchito da **momenti di confessionale brandizzato Sprite**, che restituiscono reazioni e pensieri in tempo reale, contribuendo a rendere l'esperienza ancora più immersiva. Gli appuntamenti si concludono quando il creator sceglie la persona con cui proseguire la conoscenza, **dando vita a una connessione che prende forma tra intesa, curiosità e momenti condivisi**.

"Con questa campagna vogliamo raccontare il ruolo di Sprite come vero e proprio enabler del piccante, capace di esaltarne il gusto e valorizzare l'intera esperienza sensoriale, rendendola ancora più intensa", ha dichiarato **Paola Donelli, Direttore Marketing Coca-Cola Italia**. *"Attraverso la collaborazione con Tinder abbiamo voluto creare un progetto che parlasse il linguaggio della Gen Z, mettendo al centro il gusto ma anche le emozioni e le relazioni."*

"Siamo entusiasti di unire le forze con Sprite in "Can You Spice Together?" perché oggi il dating non riguarda solo gli swipe, ma esperienze condivise, curiosità e un senso di avventura. Questo progetto permette alle persone di creare connessioni in modo divertente e coinvolgente, dove chimica, risate e anche un pizzico di pepe rendono i momenti indimenticabili. È un'occasione per la Gen Z di esprimersi

liberamente e scoprire la gioia di connettersi attraverso esperienze autentiche", ha dichiarato ***Paolo Lorenzoni, VP EMEA Marketing di Tinder.***

La campagna si sviluppa attraverso un **ecosistema di contenuti digitali** che include teaser, contenuti ADV e attivazioni social sui profili dei creator coinvolti, pensati per accompagnare il pubblico verso la visione degli episodi completi su YouTube. Il progetto vivrà inoltre attraverso contenuti originali condivisi dai creator, rafforzando il racconto dell'iniziativa.

A completare il progetto, una **promozione dedicata attiva su tutto il territorio nazionale** che permetterà ai consumatori di vivere in prima persona l'esperienza "Can You Spice Together?".

Infatti, fino al 30 aprile, acquistando Sprite e caricando lo scontrino sulla Coca Cola app, i consumatori avranno la possibilità di vincere uno dei 400 voucher Tinder Gold in palio, una delle 9 cene spicy dal valore di 150€ ed un viaggio all-inclusive per due persone.

Credits

Direzione creativa, sviluppo e produzione *a cura di KIWI e ALL, entrambe sigle parte di Uniting e Next Different.*

Scouting, selezione e management talent a cura della unit Entertainment di WPP Media

Pianificazione digital e social a cura di EssenceMediacom Italia.

---

https://it.tinderpressroom.com/news?item=122614