Tinder Newsroom

TINDER E TIKTOK ANNUNCIANO UNA PARTNERSHIP SENZA PRECEDENTI PER PORTARE IL REALITY DOUBLE DATE ISLAND A UNA NUOVA GENERAZIONE DI SPETTATORI

MILANO, 22 GIUGNO 2026 - Tinder e TikTok annunciano un'importante partnership che segna un nuovo capitolo nell'evoluzione dell'intrattenimento e del dating online. Quest'estate, Double Date Island, il principale reality format di Tinder, debutterà in esclusiva su TikTok, trasformando la piattaforma in una vera e propria destinazione di entertainment per milioni di giovani adulti. Si tratta della prima collaborazione in Europa tra Tinder e una piattaforma della portata e dell'influenza culturale di TikTok per la realizzazione di un format originale dedicato al dating. Il progetto nasce dalla collaborazione con Studio 55, parte di ITV Studios e Cowshed Studios, tra i principali produttori di contenuti digital-first, già autori di successi come *Sidemen XIX Inside e Foot Asylum presents Locked In*. L'obiettivo è dare vita a una nuova generazione di programmi pensati fin dall'origine per svilupparsi all'interno delle piattaforme social, superando i modelli tradizionali della televisione e adottando linguaggi, formati e modalità propri dei social media.

Cos'è Double Date Island?

Double Date Island è un reality dating che vede protagoniste coppie di migliori amici provenienti da diversi paesi del mondo (Stati Uniti, Brasile, Australia, Regno Unito, Francia, Spagna, Italia e Germania), selezionate per vivere un'esperienza di dating unica, interamente documentata dalle telecamere. Il programma, ambientato in Portogallo, racconta la socialità e le relazioni in modo leggero, ispirandosi alla funzione "Double Date" di Tinder, che permette a due amici di fare match con altre coppie. I contenuti saranno disponibili su Tik Tok con accesso riservato agli utenti maggiorenni. Accanto ai partecipanti selezionati, alcuni content creators accompagneranno il pubblico nel racconto dell'esperienza in qualità di host.

Chi produce lo show?

La produzione è curata da Cowshed Studios, co-sviluppata da Studio 55 e distribuita da Zoo 55, (parte di ITV Studios). Il progetto è realizzato con il supporto di OMD, l'agenzia media di Tinder per la strategia, la pianificazione e l'acquisto degli spazi media nell'area EMEA.

Un nuovo format per una nuova generazione

Double Date Island nasce dal successo di uno dei lanci di prodotto più innovativi di Tinder: Double Date, una funzione che permette a due amici di fare match con altre coppie, trasformando l'esperienza tradizionale del dating online in un'attività più collaborativa, spontanea e sociale, su misura per il modo in cui i giovani adulti vivono gli appuntamenti oggi.

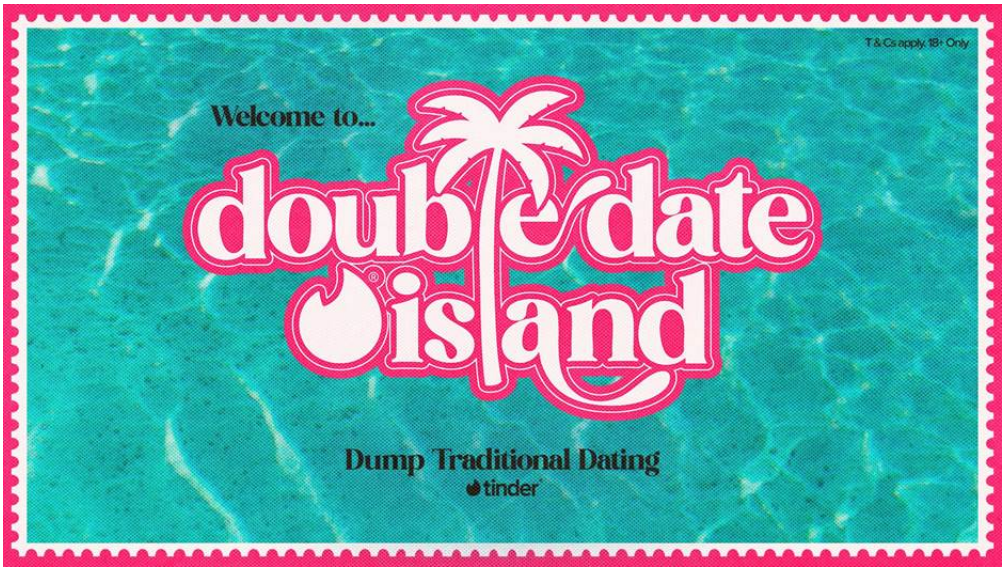
Il reality rappresenta un'evoluzione naturale di questa visione, confermando come le piattaforme di dating stiano andando oltre il proprio ruolo di app, diventando sempre più protagoniste nella creazione di contenuti, esperienze e momenti di connessione culturale.

Una partnership costruita per la cultura delle community

La collaborazione tra Tinder e TikTok è stata progettata per integrarsi in modo naturale con le dinamiche attraverso cui le community digitali scoprono, condividono e amplificano i contenuti. In questo contesto, TikTok mette a disposizione un ecosistema globale di creator, posizionamenti premium e una strategia di storytelling "community-first", progettata per generare conversazioni culturali che vadano ben oltre lo schermo.

Per TikTok, il progetto consolida il ruolo della piattaforma come punto di riferimento per l'intrattenimento contemporaneo, non solo come spazio di scoperta ma come vero e proprio palcoscenico culturale. Per Tinder, rappresenta invece un ulteriore passo avanti nella creazione di esperienze sempre più sociali e dinamiche, in cui connettersi diventa un gesto semplice, immediato e naturale.

La partnership è stata presentata ufficialmente al Cannes Lions International Festival of Creativity, confermando Double Date Island come uno dei lanci più attesi dell'estate 2026 nel panorama dell'intrattenimento e del marketing. Contestualmente all'annuncio, Tinder ha aperto un casting internazionale, invitando coppie di migliori amici single a candidarsi per vivere un'esperienza unica nel suo genere.



"*Questa partnership rappresenta un traguardo importante. Double Date Island su TikTok non è solamente un accordo di distribuzione, ma l'espressione di una visione condivisa su come due piattaforme, entrambe orientate a esperienze autentiche e sociali, possano collaborare in modo responsabile per far evolvere la cultura. Per noi è un passaggio naturale verso una forma di intrattenimento sempre più interattiva e vicina alle nostre community*" ha dichiarato **Paolo Lorenzoni, VP Marketing EMEA di Tinder**.

"*I creator sono al centro del modo in cui l'intrattenimento viene scoperto, condiviso e discusso su TikTok, e Double Date Island incarna perfettamente questa energia, trasformandola in un format nuovo e coinvolgente*", ha commentato **Kris Boger, Regional General Manager UK, Irlanda, Benelux – Business Solutions, TikTok**. "*Siamo entusiasti di ospitare questa serie e di portare ai giovani di tutta Europa un nuovo format di intrattenimento guidato dai creator. È un passo importante che dimostra come i nuovi format possano intercettare il pubblico proprio nel momento in cui guarda contenuti, partecipa alle conversazioni e si connette attivamente alla cultura contemporanea.*"

"*Double Date Island è esattamente il tipo di progetto per cui Studio 55 è stato creato: persone reali, relazioni autentiche e un modello produttivo pensato per le piattaforme dove oggi i giovani si informano. Siamo orgogliosi di realizzarlo insieme a Tinder e TikTok*", ha aggiunto **Will Scougal, EVP Brand and Commercial Partnerships, ITV Studios**

"*Insieme alla recente campagna Say Goodbye to Hellos, Double Date Island è un altro esempio concreto di marketing culturale, e siamo felici di collaborare ancora con Tinder su questo progetto. Tinder ha sempre cercato di anticipare l'evoluzione del dating moderno e, come partner media per l'area EMEA, abbiamo lavorato insieme per ripensare il modo in cui il brand dialoga con il pubblico attraverso media, contenuti e partnership*", ha concluso **Natalie Bell, CEO EMEA, OMD**.

---

https://it.tinderpressroom.com/news?item=122618