Se lanzará coincidiendo con el comienzo de la temporada alta de actividad en Tinder en toda Europa el 26 de diciembre de 2024 y se emitirá en televisión, vídeo, publicidad exterior y redes sociales.

Tinder ha presentado hoy su nuevo spot europeo «Wherever It Takes You», que pone sobre la mesa las increíbles posibilidades que se abren con una simple acción: un *like* en Tinder. La campaña arranca con la historia real del dúo de *dance* Brutalismus 3000 -Victoria Vassiliki Daldas y Theo Zeitner-, que se conocieron en Tinder y desde entonces se han convertido en unas de las nuevas estrellas europeas de la música *dance*.

El spot cuenta la historia de amor y creatividad de Victoria y Theo en sentido inverso, rebobinando a través de los momentos cruciales de su historia. Desde los grandes escenarios de su gira europea hasta el lanzamiento de su primer álbum y su primera cita, la narración culmina en el principio: su encuentro en Tinder en 2018.

Se estrena con el comienzo de mayor actividad en Tinder, es decir, desde finales de diciembre hasta el 14 de febrero, día de San Valentín. En Tinder, se envían 2,1 millones más de mensajes al día durante este periodo en comparación con el resto del año, y se envían 298,4 millones más de *likes* durante la temporada alta en comparación con el resto del año.[1]

El verdadero apogeo no se produce en Año Nuevo, sino el primer domingo de enero, popularmente conocido como *Dating Sunday*. En 2025, será el 5 de enero. Los datos de Tinder revelan que en el *Dating Sunday* de 2024, el número de mensajes enviados en todo el mundo fue casi un 20% superior, y el número de *likes* fue casi un 15% superior en comparación con el resto del año.[2]

“En Tinder, creemos que las citas son algo más que un resultado definido: se trata de las infinitas posibilidades que pueden surgir cuando dos personas conectan”, ha declarado Paolo Lorenzoni, Vicepresidente de Marketing para EMEA. La historia de Victoria y Theo de Brutalismus 3000 muestra cómo Tinder permite a esta nueva generación de usuarios/as crear conexiones. Su viaje es un testimonio del hecho de que cada encuentro, te lleve donde te lleve, tiene el potencial de cambiar vidas de una manera que la mayoría de la gente nunca podría creer. *It starts with a Swipe*.

La historia de Brutalismus 3000 fue elegida como la primera de una serie de historias reales que muestran a estrellas reales de toda Europa que encontraron su *match* en Tinder. Los vibrantes efectos visuales del spot, su enérgico ritmo y los momentos sinceros subrayan la promesa de Tinder: *It Starts With a Swipe*. La campaña se lanzará a través de TV y VOD (incluyendo Amazon Prime Video, ITVX, Channel 4, VEVO, Canal + , Max, TF1+, Disney +, Netflix, RTL+, Joyn, Atres Player y Mitele), redes sociales (Snapchat, Instagram, Youtube, TikTok) y publicidad exterior en Alemania, Francia, España y Reino Unido el 26 de diciembre. En 2025, Tinder ampliará la campaña con más historias europeas que muestren las infinitas posibilidades que ofrece la aplicación.

El spot fue ideado y co-creado con la agencia creativa europea de Tinder, LePub.

Enlace al spot en español: https://www.youtube.com/watch?v=aVAg9ZnWEmE

---

[1] Datos internos de Tinder que comparan el periodo del 1 de enero al 14 de febrero de 2024 con medias anuales

[2] Datos internos de Tinder que comparan el 5 de enero de 2024 con promedios anuales.
