Tinder Newsroom

Tinder lanza nuevo spot europeo: el 'like' que lo cambió todo para Charles y Melanie

La campaña, que se lanza en Francia, Alemania, España y el Reino Unido y coincide con la temporada de citas de primavera, estará presente en VOD, exterior, audio y redes sociales.



Madrid, 22 de mayo de 2025 – Tinder lanza su nuevo spot europeo, **'Wherever It Takes You'**, una pieza que muestra cómo una acción tan inocente como un simple 'Like' puede desencadenar una historia increíble. La campaña arranca con la historia real de Charles y Mélanie, una pareja francesa de youtubers, que **se conocieron a raíz de un match en Tinder** y desde entonces no han parado de crecer juntos hasta convertirse en dos de los youtubers más famosos de Francia.



El spot se estrena el 26 de mayo, ese momento del año donde empiezan a florecer las conexiones, los flechazos están en el aire y las personas solteras se preparan para un verano lleno de posibilidades. **La historia de Charles y Mélanie es el segundo capítulo de una serie de relatos reales** sobre personas con talento de toda Europa que se conocieron a través de Tinder. El primero fue protagonizado por Brutalismus 3000, el dúo musical berlinés cuyo estilo representa la esencia más libre y alternativa de las conexiones modernas.

En este nuevo spot, Tinder rebobina la historia de amor de Charles y Mélanie, desde su éxito viral hasta ese instante que lo cambió todo: ese match en la app. A través de **escenas llenas de adrenalina, parkour, momentos clave como su primer millón de visitas o el lanzamiento de su canal de YouTube**, el corto refleja con humor y un estilo cinematográfico la creatividad que los define. Todo empezó en 2018, en una terraza de un café en París, en su primera cita tras conocerse en Tinder.

Con una estética vibrante, 'beats' potentes y momentos emotivos, transmite a la perfección el mensaje de Tinder ***It Starts With a Swipe***. Dirigida por el cineasta franco-belga-canadiense, Guy de la Palma, conocido por su humor atrevido y su estilo narrativo poco convencional, esta pieza vuelve a contar con su sello único. Habiendo trabajado con Tinder en ocasiones previas, esta vez vuelve a romper los esquemas aportando su característico ingenio y su estilo cinematográfico poco convencional a esta nueva campaña.

La pieza está ambientada con la canción *Flamme* de Juliette Armanet, una maravillosa ilustración de cómo el amor puede encenderse y hacernos brillar. Juliette Armanet es una de las artistas contemporáneas más aclamadas de Francia, con numerosos premios. Sus canciones celebran el poder transformador del amor con intensidad y elegancia.

“En Tinder, sabemos que las posibilidades son infinitas cuando dos personas conectan” afirma **Paolo Lorenzoni, VP de Marketing EMEA** “La historia de Charles y Malanie es un claro ejemplo de que cada match tiene el potencial de trasladarnos a algo inesperado y que cambie nuestras vidas. Son historias como la suya que demuestran cómo Tinder ayuda a una nueva generación a encontrar conexiones a su manera.”

“Esta campaña celebra la inesperada magia de las conexiones modernas. Con la historia de Charles y Melanie, queremos demostrar cómo un simple ‘Like’ en Tinder puede despertar algo mucho más allá de lo imaginado. Crear este corto ha sido una oportunidad para combinar energía, humor y emoción, capturando la esencia de lo que representa Tinder: nuevas posibilidades y experiencias sin límites” declara **Bruno Bertelli, Global CEO de LePub, Director Comercial LePub Global.**

“Queríamos participar en esta campaña de Tinder porque ahí fue donde todo comenzó para nosotros. Queríamos mostrar que el amor puede surgir donde menos te lo esperas, y que no hay reglas ni una forma ‘correcta’ o ‘incorrecta’ de conocerse. Lo que realmente importa es lo que construimos juntos” comparten **Charles y Melanie**.

La campaña se lanza en VOD, exterior, audio y redes sociales para crear una experiencia inmersiva. Desarrollada junto a LePub, la agencia creativa de Tinder en Europa, el spot refleja toda la autenticidad, emoción y frescura de las conexiones de hoy.

Sobre Tinder

Lanzada en 2012, Tinder® ha revolucionado la forma de conocer gente, pasando de un match a mil millones de matchs en tan sólo dos años. Este rápido crecimiento demuestra la capacidad de Tinder para satisfacer una necesidad humana fundamental: crear conexiones reales. En la actualidad, la app se ha descargado más de 630 millones de veces, lo que ha dado lugar a más de 97.000 millones de matches, y presta servicio a unos 50 millones de usuarios al mes en 190 países y más de 45 idiomas, una escala sin comparación en ninguna otra aplicación de la categoría. En 2024, Tinder ganó cuatro Effie Awards por su primera campaña de marca global, "It Starts with a Swipe™."

Tinder es una marca registrada de Tinder LLC

Sobre LePub

LePub, impulsada por Publicis Groupe, nació de la combinación entre la excelencia creativa y una sólida experiencia en datos, medios y tecnología. Creemos en ir más allá de la comunicación tradicional, ayudando a las marcas a integrarse en la vida cotidiana de las personas mediante experiencias culturalmente relevantes, alimentadas por datos globales y creatividad de clase mundial. Reconocida como “Agencia Creativa del Año” por WARC en 2022 y 2023, y destacada en el ranking *Contagious Pioneers* de 2022, LePub es el lugar donde las marcas se encuentran con la cultura. Desde su creación, LePub se ha consolidado como una red global y, en 2025, ha iniciado una nueva etapa de expansión internacional con planes para contar con un total de 10 hubs en todo el mundo.

Creditos

LePub

Global CEO LePub, CCO Publicis Worldwide: Bruno Bertelli

Global Chief Creative Officer: Cristiana Boccassini

Chief Creative Officer: Francesco Poletti

Global Head of Artificial Intelligence & Executive Creative Director: Selim Unlusoy

Associate Creative Director: Andrea Afeltra

Associate Creative Director: Silvia Oton

Junior Art Director: Vincenzo Russo

Junior Copywriter: Alessandro Traverso

Head of Strategy: James Moore

Strategic Planner: Juliette Vignolet

Experience Strategist: Filippo Ricardo

Digital Producer & Project Manager: Kejsi Haxhi

Content Specialist: Beatrice Conte

Client Service Director: Fabian Doerr

Account Director: Rossana De Rosa

Group Account Director: Giulia Melegati

Account Manager: Ana Tablado

Account Executive: Claudia Di Febo

Chief Production Officer: Francesca Zazzera

Producer: Laura Mazzia

Junior Producer: Arianna Pellegrini

Print Producer: Giorgia Bellondi

Production and Print Manager: Tina Paolella

Production and Print Manager: Daniela Inglieri

Producción

CAVIAR

Director: Guy De La Palme
1St AD: Clara Teboul

DOP: Lucas Casanovas

Executive Producer: Florent Haese

Line Producer: Maxime Bouyer and Adèle Barach
Line Producer Marseille: Adèle Barach

Production Coordination: Andréa Rocher

Post Producción
Publicis Value services S.r.l.

Head of Post-production: Alfredo Beretta

VFX lead compositor: Alessandro Congiu

VFX compositor: Mattia Palomba, Jacopo Ardit, Riccardo Stasi

Online Editor: Sandro Iurini

Offline editor: Francesca Catalisano

Audio: Disc to Disc

Grade: Dominic Phipps - Company3

Photo

Photographer: Lysa Thieffry

Agent and producer: Valerio Cordioli

Digital Operator: Marpessa Siguè
Light Assistant: Renaud MORIN

---

https://es.tinderpressroom.com/news?item=122628