Tinder Newsroom

TINDER Y SPRITE LANZAN "CAN YOU SPICE TOGETHER?" UNA COLABORACIÓN PARA ARRANCAR EL 2026 CON UNA NUEVA FORMA DE VIVIR LAS CITAS DE CARA A SAN VALENTÍN

La campaña se activará en una selección de mercados europeos y mezcla insights culturales con short videos, activaciones con influencers y packaging co-brandeado



Tinder y Sprite unen fuerzas este 2026 para presentar la campaña *"Can You Spice Together?"*, una iniciativa que llegará antes de San Valentín con el objetivo de celebrar las formas más atrevidas y expresivas en las que los jóvenes conectan, la campaña combina la identidad icónica y el carácter refrescante de Sprite con el papel de Tinder como la app de citas más popular del mundo.

Con San Valentín a la vuelta de la esquina, la alianza responde a un claro cambio cultural entre la gente joven, muchos de los cuales buscan experiencias de citas sin presión, más divertidas, auténticas y sin generar muchas expectativas.

A medida que cada vez más jóvenes incorporan comidas y snacks picantes a su día a día y a sus rituales sociales, Sprite se posiciona como el acompañante perfecto, convirtiendo momentos de comida en experiencias sensoriales. En Tinder, este gusto por lo picante también se cuela en las bios de los usuarios, donde las **menciones a "spicy" crecieron un 29 % a lo largo de 2025**. Desde primeras citas hasta rituales compartidos en torno a la comida, los jóvenes buscan momentos que generen química sin forzar nada, una mentalidad que está en el centro de la campaña.

La idea creativa conecta el lenguaje visual de Sprite con el papel de Tinder en la forma en que se viven las citas hoy en día, lanzando la pregunta: *Can You Spice Together*?. Pensado para moverse de forma nativa en entornos digitales, el concepto refleja **cómo se comunican los jóvenes** hoy en día: **a través del humor, los intereses compartidos y las señales culturales.**

Esta alianza permite a los usuarios de la app de Coca-Cola"escapar de lo aburrido" a través de una serie de experiencias interactivas y con un toque picante, entre ellas el lanzamiento de *Spice Breakers*, una nueva funcionalidad dentro de la app de Coca-Cola pensada para ayudar a quienes vayan a tener una cita con su *match*, a darle más juego a sus conversaciones.

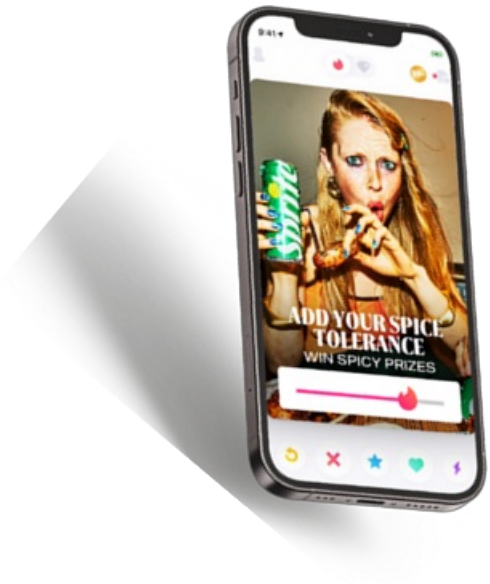
Con *Spice Breakers*, los consumidores, a través de la app de Sprite, pueden**enviar sus frases más icónicas** para romper el hielo, inspiradas en comida picante, y tener la oportunidad de **aparecer en las redes de Sprite y de distintos influencers**. Además, los consumidores podrán **ganar suscripciones a Tinder Gold o merchandising de edición limitada** a través de otras activaciones dentro de la app. Al comprar y escanear una lata o botella de Sprite, el público también podrá desbloquear premios instantáneos y acceder a *Spice Breakers* para poner a prueba sus frases de apertura más atrevidas y conseguir recompensas extra.

"*En Tinder siempre buscamos colaborar con marcas que estén realmente conectadas con la cultura de la Generación Z, y Sprite es uno de los mejores ejemplos a nivel global*", afirma **Paolo Lorenzoni, vicepresidente de Marketing para EMEA en Tinder.** "*Esta alianza refleja cómo conectan hoy las personas jóvenes: a través de hobbies en común, el humor y momentos sin presión, y demuestra cómo las citas pueden ser más expresivas, divertidas y culturalmente relevantes. Juntos, estamos llevando esos comportamientos cotidianos a la experiencia de dating de una forma natural".*

"En Sprite buscamos constantemente nuevas formas de conectar con nuestra audiencia de manera refrescante y significativa", señala **Michael Willeke, vicepresidente de Marketing de la categoría de bebidas carbonatadas en Europa**

"*Al unirnos a Tinder, combinamos la audacia de la cultura de la comida picante con el sabor icónico, fresco y cítrico de limón y lima de Sprite para darle un giro a las citas modernas. Esta colaboración conecta con la energía y la autenticidad que buscan los jóvenes adultos, y nos permite no solo mejorar sus primeras citas, sino también ofrecer una nueva forma de reunir a las personas en torno a una Sprite y una comida picante".*

Para conectar con los más jóvenes, la campaña también se activará a través de contenidos con influencers y formatos interactivos, incluido **un nuevo "filtro picante"** que permitirá a los usuarios de Tinder en determinados países mostrar su pasión por la comida picante en su perfil y hacer *match* con otros amantes del picante.



La alianza se llevará a cabo en diferentes mercados, con productos co-brandeados *Tinder x Sprite* disponibles en **Polonia, Austria, Bélgica y los países bálticos**, asegurando que la campaña esté presente en los momentos sociales del día a día. Las latas co-brandeadas estarán disponibles hasta agotar existencias.

La campaña "*Can You Spice Together?"* estará activa durante los primeros meses de 2026 en los mercados participantes.

Nota para editores:

La campaña se llevará a cabo desde el 19 de enero hasta finales de abril de 2026 en una selección de mercados europeos, entre ellos Austria, Alemania, Suiza, los países bálticos, Belux, Rumanía, Polonia e Italia.

---

https://es.tinderpressroom.com/news?item=122647