

Tinder et l'agence Rébellion font jaillir l'étincelle entre les Gen Z et l'application de rencontre la plus populaire au monde #ffffffff

Avec sa nouvelle campagne “Tinder, c'est le feu” diffusée sur TF1 à partir du mardi 24 août, le leader mondial des applications de rencontre rend hommage à la Génération Z qui représente près de 50% de ses membres et qui a été particulièrement touchée par la crise sanitaire.



Paris, 23 août 2021 - Pour célébrer cette génération qui réclame plus d'honnêteté dans ses rapports, [Tinder](#) a fait appel à [l'agence créative Rébellion](#). Ils signent ensemble une série de 3 spots publicitaires, qui dépeignent avec humour la difficulté à se lancer lorsqu'une personne nous plait, et l'opportunité que représente Tinder pour briser la glace.

Cette campagne vient évoquer donc avec légèreté la difficulté à créer la flamme (d'où le hashtag #ffffffff), à se lancer, et l'adrénaline de se jeter à l'eau.

Rébellion dresse un parallèle entre une jeunesse fougueuse qui a soif de vivre, et l'aventure avec un grand A. La réalisation des spots a été confiée à [“Romeus Palmer”](#), un duo de créatifs qui réalisent des comédies absurdes depuis bientôt 3 ans, dont la campagne "Toujours Debout" pour Danette.

Depuis l'année dernière, les 18-25 ans ont vu leur vie sociale très impactée par les mesures sanitaires, à un moment de leur vie qui rime normalement avec exploration, découverte et... rencontres, explique **Elodie Fagan, Directrice Marketing de Tinder en France**. Une grande partie des jeunes Français ont même dû retourner vivre chez leurs parents. Cette situation a renforcé le besoin de se connecter autrement, et Tinder a joué un rôle essentiel dans ces rencontres digitales.

Lorsque Tinder nous a demandé de faire des spots, on est vite tombés d'accord sur le fait que nous voulions quelque chose d'audacieux, à la limite de l'absurde, une sorte d'OVNI, ajoute **David Aït-Ali Co-CEO et fondateur de Rébellion**. L'idée, le format, les personnages, la réalisation devaient être à la hauteur de ce challenge que nous nous étions donné : faire une campagne qui détonne dans le paysage et dans laquelle toute une génération puisse se reconnaître dès la première image. Et je dois dire que créativement on a pu aller loin...

Cette série de films est une allégorie sur la quête du feu par la quête de l'autre, et du rapport à l'autre. souligne Gaylord Brossard, Directeur de la Création de Rébellion. C'est presque un retour à l'âge de pierre pour la GenZ : si tu n'as pas Tinder, tu n'as pas de feu ! Et Tinder... c'est le nouveau feu.

###

Directeur Conseil : David Aït-Ali

Responsable client : Cécilia Mauro

Directrice des Stratégies : Aude Legré

Planneur Stratégique : Emilie Gautier-Gander

Directeur de la Création : Gaylord Brossard

Directeurs Artistiques : Fanette Bullat, Gonzague de Sazilly

Concepteurs Rédacteurs : Camille Claudet, Nicolas Ferrer

Directeur de Production : Alexandre Archenoult

Producteurs : Margaux Panel, Nicolas Maitre

Assistante de production : Elsa Marguerie

Post-production : Mathieu Rouland, Vincent Arrasus

Réalisation : Romeus Palmer

Production Executive : Shot in Mars.

À propos de Tinder

Lancée sur un campus universitaire en 2012, Tinder est devenue depuis l'application la plus utilisée dans le monde pour faire de nouvelles rencontres. Disponible dans 190 pays et plus de 40 langues, Tinder est l'application - hors gaming - la plus rentable au monde. Elle a été téléchargée plus de 430 millions de fois et a donné lieu à plus de 60 milliards de matchs.

À propos de Rébellion

Rébellion est une agence de publicité indépendante spécialisée en conseil, communication et création de contenu située à Paris et Marseille. Chez Rébellion, nous pensons que c'est en réfléchissant à contre-courant qu'on sort des idées qui ont du sens. Nous nous battons pour des idées audacieuses qui permettent aux marques de s'exprimer, de se distinguer, pour de vrai. Et parce que chaque projet nous passionne, on fait notre maximum pour mettre de la douceur dans ce monde de pub. Rébellion, c'est un département stratégique expérimenté, des créatifs aiguisés et un studio de production intégré pour déployer rapidement des dispositifs efficaces et sur-mesure sur des médias traditionnels comme sur des formats plus innovants.

Contacts presse

Pour plus d'informations ou demande de visuels, merci de contacter :

pressetinder@jin.fr / T. : +33 6 59 78 76 30 / T. : +33 7 85 66 02 58

Additional assets available online:  [Vidéo \(1\)](#)

<https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122523>