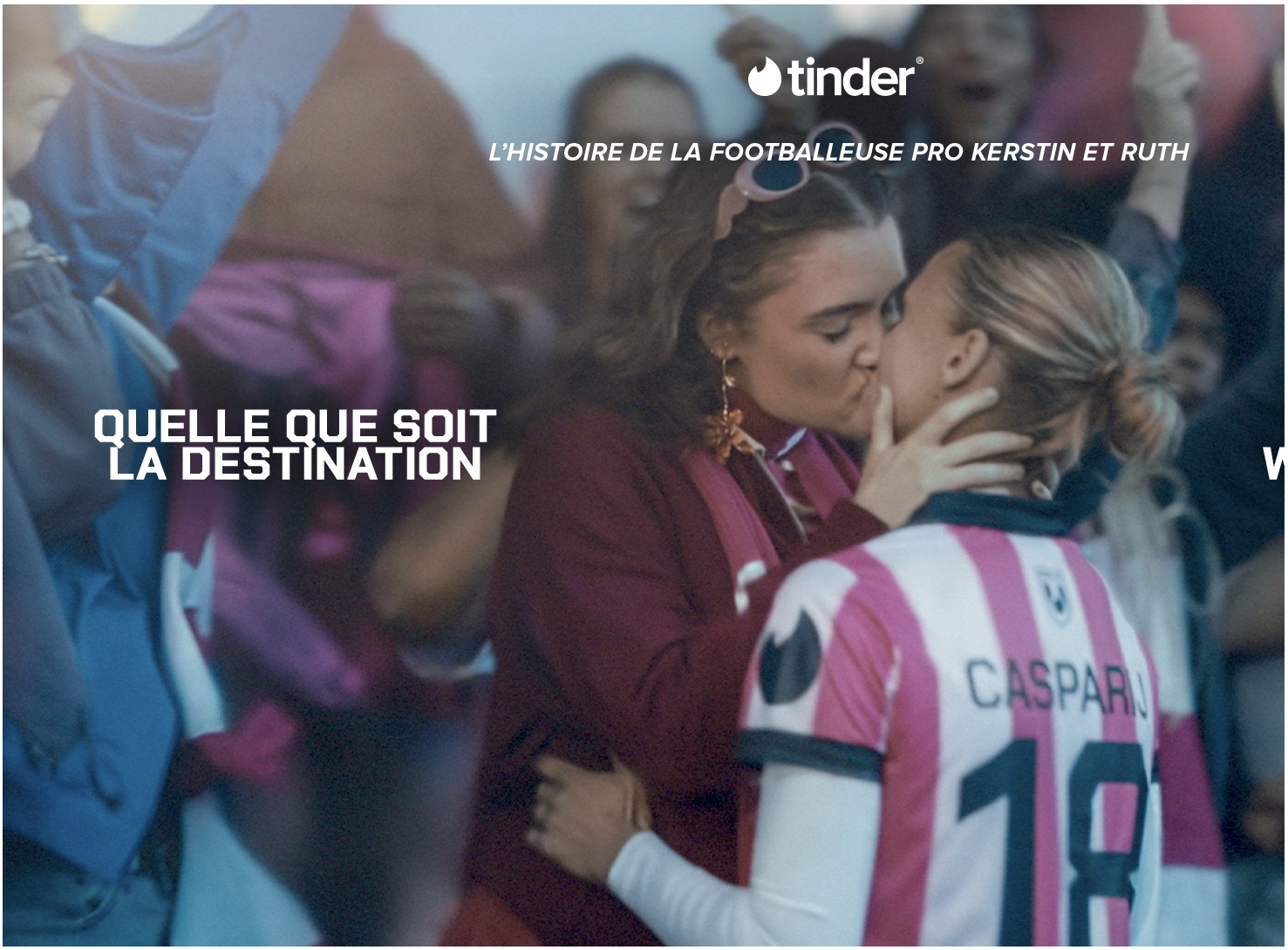
Tinder Newsroom

Tinder célèbre l'amour inattendu dans sa nouvelle campagne publicitaire avec Kerstin Casparij, star du football, et sa partenaire Ruth Brown



Paris, le 2 juillet 2025 – Tinder dévoile aujourd'hui son nouveau film de marque européen, intitulé «**Wherever it Takes You, It Starts with a Swipe**». Ce court-métrage célèbre les rencontres inattendues qui peuvent naître d'un simple « Like » sur l'application. Après avoir collaboré avec des talents européens comme le duo berlinois **Brutalismus 3000** ou les **YouTubeurs français Charles et Mélanie**, Tinder continue de partager ces belles histoires qui commencent sur Tinder.

La campagne publicitaire sera lancée en France, en Allemagne, en Espagne et au Royaume-Uni, juste à temps pour la saison des amours ("Summer of Love"). Elle sera diffusée sur les plateformes de VOD, en OOH, sur les plateformes audio ainsi que sur les réseaux sociaux (Youtube, TikTok, Instagram et Snapchat).

Inspiré d'une histoire vraie, le film raconte la relation entre**Kerstin Casparij**, joueuse de football professionnelle au Manchester City et en équipe nationale des Pays-Bas, et sa partenaire**Ruth Brown**, qu'elle a rencontrée sur Tinder il y a deux ans. Leur lien a non seulement donné naissance à une belle histoire d'amour, mais a également éveillé chez Ruth une passion grandissante pour le football, sport central dans la vie de Kerstin.

La campagne sera diffusée dès le 3 juillet au moment du lancement de la saison estivale du football féminin à travers toute l'Europe.**Il s'agit du premier couple installé au Royaume-Uni à apparaître dans cette série** qui valorise des histoires venant de toute l'Europe et ayant créé une connexion grâce à Tinder. Réalisé par le cinéaste britannique**Rawtape**, connu pour son approche mêlant réalisme social et esthétique moderne, **le film retrace les moments clés de la relation entre Kerstin et Ruth**

Des premiers rendez-vous aux victoires professionnelles, en passant par leurs entraînements et matchs, chaque instant est capturé avec authenticité et émotion.

Paolo Lorenzoni, VP Marketing EMEA de Tinder, explique: "*Nous croyons que chaque connexion, même inattendue, peut mener à une aventure extraordinaire. L'histoire de Kerstin et Ruth illustre parfaitement ce potentiel; de leur premier rendez-vous à une vie construite autour de passions communes. Leur parcours reflète la manière dont Tinder permet à une nouvelle génération de redéfinir l'amour et les relations selon leurs propres termes*".

Déployée sur les plateformes de VOD, en affichage, en audio et sur les réseaux sociaux, la campagne promet une expérience immersive. Le film a été imaginé et co-créé avec LePub, l'agence créative européenne de Tinder, et reflète l'énergie et l'authenticité des rencontres modernes.

Pour découvrir le film : https://www.instagram.com/p/DLjnv9mIQm8/

À propos de Tinder

Lancé en 2012, Tinder® a révolutionné la façon dont les gens se rencontrent, passant de 1 match à 1 milliard de matchs en seulement deux ans. Cette croissance rapide démontre sa capacité à répondre à un besoin humain fondamental : la connexion réelle. Aujourd'hui, l'application a été téléchargée plus de 630 millions de fois, donnant lieu à plus de 100 milliards de rencontres, au service d'environ 50 millions d'utilisateur·ices par mois dans 190 pays et plus de 45 langues - une échelle inégalée par toute autre application de la catégorie. En 2024, Tinder a remporté quatre Effie Awards pour sa toute première campagne de marque mondiale, « It Starts with a SwipeTM ». Tinder est une marque déposée de Tinder LLC.

Crédits

LePub

Global CEO LePub, CCO Publicis Worldwide: Bruno Bertelli Global Chief Creative Officer: Cristiana Boccassini
Chief Creative Officer: Francesco Poletti
Chief Creative Officer: Luca Boncompagni

Chief Creative Officer: Cinzia Crociani
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
Experience Strategist: Filippo Ricardi
Client Service Director: Fabian Doerr
Group Account Director: Giulia Melegati
Account Manager: Ana Tablado
Chief Production Officer: Francesca Zazzera
Producer: Laura Mazzia
Junior Producer: Arianna Pellegrini

Production

Director: Rawtape 1St AD: Ali Copland DOP: Jamie Ackroyd

Managing Director: Fergus Brown Managing Director: Lucy Kelly Executive Producer: Elizabeth Doonan Executive Producer: Joel Spencer Producer: Maya Dufeu

Production Manager: Kamran Marzban

Local Production Unit

Producer: Natalie Reid
Production Manager: Callum Crozier

Post Production

Prodigious
Head of Post-production: Alfredo Beretta
VFX lead compositor: Alessandro Congiu
VFX compositor: Mattia Palomba, Riccardo Stasi Online Editor: Sandro Iurini
Offline editor: Francesca Catalisano
Audio: Disc to Disc
Grade: Matthieu Toullet - Company3

Additional assets available online: **Photo** (1)

https://fr.tinderpressroom.com/news?item=122641