**TINDER LLEVA A CABO SU PRIMERA CAMPAÑA EN TV A NIVEL NACIONAL CON UNA ACCIÓN EXCLUSIVA 360º EN MEDIASET ESPAÑA EN ‘LA ISLA DE LAS TENTACIONES’ Y ‘MUJERES Y HOMBRES Y VICEVERSA’**

*A través de diferentes acciones en televisión y en digital, la app líder para conocer gente nueva se ha vinculado a dos de los formatos que mayor interés generan entre el público joven para reforzar su visibilidad en España.*

**Madrid, 5 de febrero de 2021.** Tinder y Mediaset España han alcanzado un acuerdo por el que la *app* líder para conocer gente nueva está llevando a cabo su primera campaña publicitaria en televisión en el mercado español. La iniciativa forma parte de una serie de acciones 360º que se están desarrollando en exclusiva en los soportes de televisión y digitales de la compañía, vinculadas a dos de los formatos con mejor acogida entre el público joven de la televisión a nivel nacional: *La Isla de las Tentaciones*, con su tercera edición en Telecinco y Mitele PLUS,y *Mujeres y Hombres y Viceversa*.

La marca refuerza así su visibilidad en España, donde los jóvenes entre 18 y 25 años contribuyen a que la Generación Z sea mayoritaria en la *app* a nivel global y lo hace a través de una potente alianza con el grupo de audiovisual líder en consumo lineal y digital en nuestro país y el de mayor éxito entre el público joven.

En televisión, Tinder es *partner* principal de *La Isla de las Tentaciones*, que en su segunda edición fue líder absoluto de su franja de emisión, y patrocinador del estreno de ‘El Debate de las Tentaciones’. Además, Nagore Robles, colaboradora habitual del espacio, y otros rostros conocidos del formato como Melyssa Pinto, encabezan diferentes telepromociones y acciones especiales de prescripción para animar a los espectadores a registrarse en la *app* y conocer gente nueva. Además, el espacio ofrecerá los ‘Momentos Tinder’, una sección dedicada a dar a conocer la aplicación.

Respecto a *Mujeres y Hombres y Viceversa*, Tinder cuenta con prescripciones también a cargo de Nagore Robles y algunos de sus participantes con el objetivo de facilitar que tronistas y pretendientes, pero también los espectadores, puedan acceder a una *dating app* presente en 190 países, disponible en más de 40 idiomas, y que ha conseguido más de 55 mil millones de *matches* desde que nació en 2012.

La campaña en televisión se completa con la emisión de spots publicitarios durante la emisión de las diferentes entregas tanto de *La Isla de las Tentaciones* como de *Mujeres y Hombres y Viceversa*.

La colaboración entre Tinder y Mediaset España se traslada también al entorno digital y a las redes sociales. Participantes de las dos primeras ediciones de *La Isla de las Tentaciones* como [Dani García](https://tinder.com/@dani_garcia_primo), [Marta Peñate](https://tinder.com/@martapenate) y [Katerina Safarova](https://tinder.com/@katerinasafarova), y personajes vinculados a *Mujeres y Hombres y Viceversa* como [Alberto Santana](https://tinder.com/@albertosantana), están publicando Stories que vinculan a sus nuevos perfiles en Tinder. De este modo, los seguidores que lo deseen pueden acceder a interactuar con ellos descargándose la *app*. Esta acción se está viendo reforzada con publicaciones y conversaciones en las cuentas oficiales de *La Isla de las Tentaciones* y *Mujeres y Hombres y Viceversa*.

Además, se amplifica el alcance de las acciones especiales y prescripciones llevadas a cabo en televisión con su inserción en vídeos alojados en las webs de espacios afines al *target* joven de Tinder y en Mitele.

###

**Sobre Tinder**

Tinder fue creada en un campus universitario en 2012 y es la app más popular del mundo para conocer gente nueva. Disponible en 190 países y en más de 40 idiomas, ha sido descargada más de 400 millones de veces y ha conseguido más de 55 mil millones de matches. Tinder cuenta con 6.6 millones de suscriptores y es la app no-gaming con mayor recaudación a nivel mundial.

**Sobre Mediaset España**

Mediaset España es el grupo audiovisual líder de audiencia con sus soportes lineales y digitales, gracias a un modelo de producción propia basado en la información y el entretenimiento que destaca por su seguimiento mayoritario entre los jóvenes y el *target* comercial. Entre sus principales líneas de negocio, cuenta con siete canales de televisión en abierto, con Telecinco como la televisión más vista; una oferta digital integrada por los *sites* de cadenas, las plataformas de contenidos Mitele y Mtmad, una red de portales verticales y la plataforma de pago Mitele Plus; una productora cinematográfica, Telecinco Cinema; una distribuidora de producción y venta a terceros, Mediterráneo Mediaset España Group; y la agencia de noticias audiovisuales, Atlas. Es, además, líder del mercado publicitario en televisión a nivel nacional con la explotación de todos sus soportes, que se erigen como los más eficaces en términos de recuerdo y notoriedad dando lugar a un modelo comercial único que suma a las máximas coberturas de la televisión el mayor engagement, posicionamiento, imagen de marca y prescripción en el entorno digital y de redes sociales.

**Contacto de prensa**

HOTWIRE España

[tinder@hotwirepr.com](mailto:tinder@hotwirepr.com)

(+34) 91 744 1265

MEDIASET ESPAÑA

Cristina Ocaña – [cocana@mediaset.es](mailto:cocana@mediaset.es)

David Alegrete – [dalegrete@mediaset.es](mailto:dalegrete@mediaset.es)