

Goodyear presenta “My Feel Good Place”, la nuova campagna social dedicata a quel luogo speciale che riesce sempre a farti sentire bene. Fino al 30 maggio 2015, tramite una piattaforma integrata Instagram e Facebook, tutte le immagini postate dagli utenti con l’hashtag #MyFeelGoodPlace verranno raccolte per creare una mappa interattiva con i luoghi preferiti dalle persone di tutto il mondo. Gli utenti che postano parteciperanno all’estrazione di un viaggio per due persone in una destinazione a loro scelta.

“My Feel Good Place” è perfettamente in linea con lo spirito di Goodyear che, con il claim Made to Feel Good, ha fatto sua la missione di offrire agli automobilisti un’esperienza di viaggio non solo confortevole e senza preoccupazioni, ma anche ispiratrice e di condivisione. Proprio per comprendere meglio quale sia il luogo che ti fa sentire bene, Goodyear ha condotto una ricerca ed è emerso che, per gli Italiani, il luogo in cui si sentono bene è per la maggior parte “qualunque posto vicino a famiglia e amici” (36%) o “una fuga verso una destinazione straordinaria” (29%).

Per ognuno di noi è molto importante trovare un “porto” sicuro, un luogo che ci permetta di trovare pace e serenità. “Quando ci immergiamo in ambienti che consideriamo psicologicamente sicuri, possiamo rivitalizzare il corpo e la mente, prendendo la distanza da tutti quei fattori di stress personali o lavorativi della vita di tutti i giorni. Individuare un posto che ci fa sentire bene può avere importanti vantaggi psicologici per il nostro umore, le nostre emozioni e il raggiungimento dei nostri obiettivi” afferma il Dr. Dimitrios Tsivrikos, psicologo esperto di consumatori e imprese all’University College di Londra.

Per il lancio del progetto, Goodyear si è messa in viaggio alla ricerca dei più spettacolari ‘FeelGoodPlaces’ del mondo. Tra questi ovviamente non poteva mancare l’Italia e, nello specifico, il Lago di Como e la vista panoramica delle Montagne della Grigna, che fanno cornice a una delle strade più belle del mondo. E’ proprio questo angolo italiano di paradiso a fare da sfondo alla piattaforma.

“Questa campagna intende catturare l’essenza vera del concetto “Made to Feel Good” e l’impegno di Goodyear nel garantire la massima serenità ovunque si voglia andare, sia che si tratti di un viaggio estremo, sia di una tranquilla fuga dalla frenesia quotidiana. Con questo progetto Goodyear vuole coinvolgere le persone e celebrare non solo i luoghi più belli, ma anche le emozioni che spesso un viaggio o un panorama possono trasmettere” spiega Matteo Castelli, Direttore Marketing Consumer Goodyear Dunlop Italia.

Per ulteriori informazioni: [http://www.goodyear.eu/it\\_it/media-and-promotions/myfeelgoodplace/](http://www.goodyear.eu/it_it/media-and-promotions/myfeelgoodplace/)

