

Durante la presentazione della gamma SuperSport, Goodyear ha anche annunciato un nuovo posizionamento del brand. Non basta quindi il ritorno in pista con una gamma di 3 modelli dedicati alle performance, ma l'azienda americana ha deciso di cambiare anche la strategia di comunicazione, come ha spiegato **Piotr Nagalski** - Marketing Director, Europe:

“Goodyear deve cambiare e, di conseguenza, deve cambiare anche il brand. Abbiamo deciso di iniziare un percorso che ha come obiettivo ridefinire il brand e diventare sempre più vicino e rilevante per il consumatore. Goodyear non deve necessariamente diventare qualcun o qualcos altro, ma certamente deve evolvere. Partendo dai pilastri che ci hanno sempre contraddistinto, ovvero i concetti di scoperta e innovazione, ora la comunicazione si concentrerà sul coinvolgere le persone, sullo smuovere la loro anima. Vogliamo ispirare le persone ad esplorare le loro infinite possibilità, incitandole dicendo “vai e inizia qualcosa di grande oggi”.

Il nuovo spot, già in onda negli USA, si integra perfettamente con questo concetto.

© riproduzione riservata