**Goodyear célèbre le froid de l'hiver en capturant des**

**« Winter Feel Good Places » dans le monde entier**

#MyWinterFeelGoodPlace, la célébration et le partage en ligne de destinations hivernales inspirantes

**Lieu, pays, le 27 octobre 2015 –** L'hiver arrivant en avance cette année et quelques flocons de neige tombant déjà çà et là en Europe, Goodyear a décidé de célébrer la beauté de l'hiver par le biais des médias sociaux et dans la vie réelle. Les consommateurs peuvent soumettre des photos et vidéos de leurs destinations hivernales favorites dans le monde entier par le biais des médias sociaux en utilisant la plateforme « My Winter Feel Good Place » et tenter de remporter un prix hivernal Goodyear. La plateforme recueillera automatiquement toutes les images et les intégrera dans une carte interactive, permettant de visualiser de façon géographique tous les lieux agréables du monde entier.

Les consommateurs peuvent soumettre leurs images sur la plateforme en postant une photo ou une vidéo sur Instagram, Facebook ou Twitter à l'aide du hashtag #MyWinterFeelGoodPlace et tenter de remporter l'un des prix mis en jeu, comme le gros lot, à savoir un voyage d'hiver vers la destination de votre choix, entièrement payé par Goodyear[[1]](#footnote-1).

De plus, Goodyear a lancé la campagne en Allemagne en y apportant la magie de l'hiver sous la forme d'une boule à neige géante que les passants d'une place publique très fréquentée pouvaient traverser pour vivre des moments de bien-être uniques à partager !

L'importance d'un lieu « feel good place » n'est pas à sous-estimer. Le Dr Tsivrikos de l'University College of London[[2]](#footnote-2) l'explique : « trouver sa “feel good place” peut avoir des bienfaits psychologiques majeurs sur l'humeur, les sentiments et la performance globale. En s'immergeant dans des environnements que l'on considère comme psychologiquement sûrs, les personnes revitalisent leur corps et leur esprit en s'écartant de toute source de stress professionnelle ou personnelle. »

« En marge de ce pouvoir, cette campagne a avant tout pour ambition de capturer l'essence du “Made to Feel Good” et l'idée que Goodyear vous apporte une tranquillité d'esprit où que vous alliez, quelles que soient les circonstances », explique Alexis Bortoluzzi, Directeur marketing Consumer EMEA chez Goodyear Dunlop. « Surtout depuis que des signes d'un hiver précoce se manifestent en Europe, nous avons hâte de découvrir toutes les magnifiques images que nous réserve cet hiver. »

À propos de Goodyear   
Goodyear est l'un des leaders mondiaux du pneumatique, employant environ 66 000 personnes, fabriquant des produits dans 49 usines réparties dans 22 pays à travers le monde. Ses deux centres d'innovation à Akron (Ohio) et à Colmar-Berg (Luxembourg) conçoivent et développent des produits et services à la pointe de l'innovation, qui en font la référence du secteur en matière de technologies et de performance. Pour plus d'informations sur Goodyear et ses produits, veuillez consulter le site [www.goodyear.com/corporate](http://www.goodyear.com/corporate).

1. Voyage aller et retour vers une destination hivernale pour deux personnes, incluant le logement, la pension complète et les transferts, à utiliser dans les 12 mois maximum à compter de l'attribution du prix et attendu que la valeur totale de ce voyage aller et retour pour deux personnes ne dépasse pas 6 000 euros. [↑](#footnote-ref-1)
2. Selon le psychologue expert en voyages, le Dr Tsivrikos, psychologie du consommateur et des entreprises de l'University College of London. [↑](#footnote-ref-2)