

ซีพีสร้างสรรค์คุณค่าความกตัญญูเข้าถึงใจผู้รับชม ภาพยนตร์ “กตัญญู” จากเครือเจริญโภคภัณฑ์คว้า เพิ่ม 2 รางวัล เวที Adman Awards & Symposium 2019



ภาพยนตร์โฆษณา “กตัญญู...คุณค่าของคนวัดกันที่อะไร?” จากเครือเจริญโภคภัณฑ์ คว้าอีก 2 รางวัล สาขา Film Craft โดยได้รางวัลระดับSilver ในหมวด Cinematography และรางวัล Bronze ในหมวด Casting จากงาน Adman Awards & Symposium 2019 เวทีประกวดผลงานด้านการสร้างสรรคงานโฆษณาและสื่อสารการตลาดที่ใหญ่ที่สุดในเมืองไทย จัดขึ้นโดยสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ต่อเนื่องเป็นปีที่ 16 ในปีนี้มาพร้อมธีมอัพเวอร์ไทยซิ่ง (UPVER-TISING) ที่มุ่งสนับสนุนให้นักโฆษณาไทยยกระดับความคิดสร้างสรรค์ของตนเองอยู่เสมอ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานการสื่อสารที่มากกว่ามาตรฐานเดิมๆ ซึ่งจะเป็นการยกระดับผลงานที่ดีทั้งต่อตนเอง ภาคองค์กรธุรกิจ และสำคัญที่สุด คือสร้างประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติได้ในอนาคต

นางรุ่งฟ้า เกียรติพจน์ ผู้บริหารฝ่ายโครงการพิเศษ เครือเจริญโภคภัณฑ์ เปิดเผยว่า เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความยินดีและภูมิใจอย่างยิ่งที่ ภาพยนตร์ “กตัญญู” ได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขอขอบคุณสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย ที่เล็งเห็นคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ ที่มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นต่อสังคมไทย โดยมอบ 2

รางวัลจากเวที Adman Awards & Symposium 2019 ในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่าภาพยนตร์เรื่องนี้สามารถปลุกจิตสำนึกเรื่องความกตัญญู ให้เกิดขึ้นในหัวใจของผู้ที่รับชมได้อย่างลึกซึ้ง เครือเจริญโภคภัณฑ์ มีนโยบายปลูกฝังค่านิยมแห่งความกตัญญู และบรรดาศักดิ์ให้สังคมไทยตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ เพราะเชื่อมั่นในคุณค่า “ความกตัญญู” ที่เปรียบเสมือนเข็มทิศในการดำเนินธุรกิจและเป็นรากฐานของค่านิยมองค์กร “3 ประโยชน์” ที่เป็นปรัชญาในการดำเนินธุรกิจของเครือฯ โดยภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ ได้ถ่ายทอดผ่านเรื่องราวความกตัญญูที่มีต่อคนที่ใกล้ตัวที่สุดคือพ่อแม่ผู้ให้กำเนิด ซึ่งภาพยนตร์นี้มียอดผู้ชมมากกว่า 120 ล้านวิวทั่วโลก และมีคอมเมนต์เชิงบวกมากถึง 99% สะท้อนความมุ่งมั่นของเครือฯ ในการปลูกฝังคุณธรรมกตัญญู

คลิกเพื่อรับชมภาพยนตร์กตัญญู >> https://www.youtube.com/watch?v=Vws0DvrG_SY

หรือ <https://www.facebook.com/CPGroupSustainability/videos/387857975204250/>