

“ดับเบิล เอ” ซื้อโรงเยื่อ และโรงไฟฟ้าชีวมวลใน ฝรั่งเศสเพิ่ม พร้อมปล่อยแคมเปญการตลาด 360 องศา หวังเป็นผู้นำตลาดกระดาษในฝรั่งเศส-ยุโรป

“ดับเบิล เอ” เข้าซื้อกิจการโรงงานเยื่อกระดาษเพิ่มในประเทศฝรั่งเศส กำลังการผลิต 240,000 ตันต่อปี หลังจากการเข้าซื้อโรงงานผลิตกระดาษอลิเซ่ช่วงต้นปี 2556 ที่ผ่านมา พร้อมทั้งจัดแคมเปญการตลาดแบบ 360 องศา หวังสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคในฐานะผู้ผลิตกระดาษคุณภาพจากคันทนา และปล่อยภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ 6 เรื่องเป็นครั้งแรกในฝรั่งเศส ภายใต้แนวคิดกระดาษเหมือนกันแต่คุณภาพต่างกัน ผลตอบรับดีเกินคาด กว่า 3 รางวัลโฆษณาจากงาน Eurobest 2013 และ Cristal Festival 2013

นายชาญวิทย์ จารุสมบัติ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตกระดาษจากคันทนา จำหน่ายใน 138 ประเทศทั่วโลก กล่าวว่า หลังจากได้เข้าซื้อกิจการโรงผลิตกระดาษในประเทศฝรั่งเศส เมื่อช่วงต้นปี 2556 ที่ผ่านมา ล่าสุดดับเบิล เอ ได้เข้าซื้อกิจการโรงงานเยื่อกระดาษเพิ่มเติม กำลังการผลิต 240,000 ตันต่อปี ซึ่งจะทำให้ดับเบิล เอ อลิเซ่ที่ฝรั่งเศส มีสายการผลิตแบบครบวงจรเช่นเดียวกับในประเทศไทย คือ มีการผลิตทั้งเยื่อกระดาษ และการผลิตกระดาษอย่างต่อเนื่อง เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของดับเบิล เอ ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น และส่งผลให้ ดับเบิล เอ อลิเซ่กลายเป็นศูนย์กลางการผลิตที่สำคัญของดับเบิล เอ ในการขยายตลาดไปยังประเทศยุโรป แอฟริกา และตะวันออกกลาง พร้อมกับได้เข้าซื้อกิจการโรงไฟฟ้าชีวมวล กำลังการผลิต 25 เมกะวัตต์ โดยโรงไฟฟ้าพลังงานชีวมวลแห่งนี้จะใช้เศษไม้ และวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อจำหน่ายให้กับการไฟฟ้าฝรั่งเศส

นอกจากนี้เพื่อเป็นการรับรู้แบรนด์ ดับเบิล เอ ยังได้จัดแคมเปญการตลาดแบบ 360 องศา ซึ่งถือเป็นแบรนด์กระดาษรายแรกในฝรั่งเศสที่นำแคมเปญการตลาดดังกล่าวมาใช้ โดยการออกโฆษณาทางโทรทัศน์ภายใต้แนวคิดที่ต้องการนำเสนอข้อเท็จจริงที่ว่าถึงจะเป็นกระดาษเหมือนกัน แต่ดับเบิล เอ มีเอกลักษณ์และคุณภาพที่แตกต่าง ด้วยคุณลักษณะเด่นภายนอกคือ มีความเรียบลื่น ขาวสว่างและคุณสมบัติภายในทำให้งานพิมพ์มีความคมชัดเหมือนต้นฉบับ พิมพ์ได้สองหน้าโดยไม่ทะลุ กระดาษไม่โค้งงอและไม่ติดเครื่องถ่ายเอกสาร รวมทั้งที่มาที่แตกต่าง ด้วยเยื่อกระดาษจากต้นกระดาษบนคันทนาของเกษตรกรไทย ทำให้ผู้บริโภคที่เลือกใช้ดับเบิล เอ มีส่วนช่วยลดโลกร้อน

“โฆษณาชุดนี้ มีความยาว 50 วินาที จำนวน 1 ชุด และ 20 วินาที จำนวน 6 เรื่อง ภายใต้แนวคิด “Paper is not the same” เพื่อกระตุ้นและแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในแง่คุณภาพของกระดาษทั่วไป กับกระดาษด๊ิบเบิ้ล เอ ที่ผลิตมาจากคันทนา โดยโฆษณาที่สื่อออกมาแบบง่าย ๆ และขบขัน แนวทางเดียวกับการสร้างแบรนด์ของด๊ิบเบิ้ล เอ ซึ่งประสบความสำเร็จมาแล้วในหลาย ๆ ประเทศ โดยแคมเปญนี้จะช่วยสร้างให้แบรนด์ด๊ิบเบิ้ล เอ มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้รู้สึกใกล้ชิดกับตัวสินค้าด้วย สามารถชมภาพยนตร์โฆษณาที่ออกในฝรั่งเศสของด๊ิบเบิ้ล เอ ได้ที่ www.doublepaper.fr หรือ www.youtube.com/DoubleAfr” นายชาญวิทย์ กล่าว

ทั้งนี้ แคมเปญโฆษณาของด๊ิบเบิ้ล เอ ในฝรั่งเศส ถือว่า ได้รับการตอบรับดีมาก โดยขณะนี้ ภาพยนตร์โฆษณาของด๊ิบเบิ้ล เอ ได้รับคัดเลือกให้เข้ารับรางวัลโฆษณายอดเยี่ยมในประเทศฝรั่งเศสหลายรางวัล ได้แก่ รางวัล Grand Prix จากงาน Cristal Festival 2013 รางวัล Silver และรางวัล Bronze จากงาน Eurobest 2013

นอกจากการออนแอร์โฆษณาชุดดังกล่าวในประเทศฝรั่งเศสแล้ว ยังได้จัดกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ ภายใต้แคมเปญ 360 องศา อาทิ สื่อกลางแจ้ง , ป้ายติดหลังรถประจำทาง , ออนไลน์ เป็นต้น รวมทั้งยังสื่อสารให้ทราบถึงผลิตภัณฑ์กระดาษที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยกระดาษด๊ิบเบิ้ล เอ 1 รีม ช่วยดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้ 12.5 กิโลกรัม และโมเดลกระดาษจากคันทนา ยังเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรรู้จักการใช้พื้นที่ว่างเปล่าบนคันทนาให้เกิดประโยชน์ ปลูกต้นกระดาษเพื่อเป็นวัตถุดิบ ช่วยลดโลกร้อน และช่วยสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรไทยได้อย่างยั่งยืน