

Pressmeddelande
Stockholm, 26 juni 2006

Filmsilver till Framfab i Cannes

Framfab Danmark avslutade årets reklamgala i Cannes med att ta hem ett silverlejon i kategorin Film efter att i förra veckan ha vunnit två guldlejon i Cyberkategorin.

Det vinnande bidraget var den mycket omtalade filmen "Crossbar" med Ronaldinho, samma film som förra veckan tog guld inom viral marknadsföring.
Se klippet på: <http://nikefootball.nike.com/nikefootball/tiempo/viral/>

Filmen "Crossbar" lanserades digitalt och har cirkulerat som en viral filmsekvens på nätet under en längre tid. Den har även senare visats på offentliga platser som Camp Nou i Barcelona. Publik visning är ett av tre kriterier för kategorin Film.

"Crossbar" var det första bidraget i kategorin Film som Framfab Danmark tävlat med i Cannes.

För ytterligare information kontakta:

Jesper Andersen, vice vd för Framfab AB och vd för Framfab i Danmark och Sverige
+45 3916 2929, jesper.andersen@framfab.com

Lars Cortsen, Creative Director, Framfab Danmark
+45 3916 2929, lars.cortsen@framfab.com

Tobias Bülow, informationschef, Framfab AB
08 41 00 11 58, tobias.bulow@framfab.com

Framfab är en ledande europeisk interaktiv marknadsförings- och webbkonsult. Till kundkretsen hör främst stora internationella företag, som t.ex. 3M, American Express, AXA, Barclays Capital, Cadbury Schweppes, The Coca-Cola Company, Danske Bank, Ericsson, Hydro Texaco, Kellogg's, Kraft Food International, Nike, Nobel Biocare, Philip Morris International, Philips, Postbank, Rezidor SAS, SAAB, Schering AG, Swedish Match, Volvo Car Corporation, Volvo Group och UBS. Framfab har verksamhet i Danmark, Nederländerna, Schweiz, Storbritannien, Sverige och Tyskland. Framfab är noterat på Stockholmsbörsens O-lista, Attract 40 (ticker FRAM). För mer information besök www.framfab.se.