



Filmes para ActivoBank e RTP finalistas em Cannes

25 de Junho de 2010 às 00:16:04, por Rui Oliveira Marques



A edição de 2010 do festival de publicidade de Cannes termina amanhã à noite quando forem entregues os leões de filme, filme craft (prémios técnicos), titanium (conceitos inovadores) e integrated (campanhas integradas). Na corrida aos derradeiros prémios encontram-se o filme Parkour de lançamento do ActivoBank, criado pela MYBRAND e produzido pela Krypton, e o filme Manifestação da Brandia Central e



da Ministério dos Filmes para promover o programa da RTP Prós & Contras. A secção de filme, tradicionalmente considerada a mais importante do festival, contava com 16 inscrições portuguesas, que disputaram um lugar contra os mais de três mil filmes provenientes de outros países. Vinte e oito agências portuguesas que inscreveram trabalhos nos Cannes Lions 2010, apenas a Leo Burnett e a Fischer conseguiram ganharem leões. A Leo Burnett ganhou uma prata pelo Projecto Viva do Lidl na categoria relações públicas e um leão de bronze pela campanha de imprensa da MTV para a promoção do programa Famous Crime Scene. A Fischer recebeu terça-feira um leão de ouro e outro de prata, na secção de media, pelo trabalho Compromisso para os CTT.