

## **Lürzer's Int'l Archive 3-2002**

### **Pag. 15, accessori, Timex.**

(In alto a sinistra) Estratto copy: *Ai miei tempi nessuno aveva bisogno di un orologio con e-mail, notizie sportive, vibrazioni, flex-time, previsioni del tempo, oroscopi ecc. Per questo si sbrattava l'un con l'altro.*

(A destra) *Ai bei tempi c'era qualcosa che era come un orologio con e-mail, vibrazioni, flex time, risultati sportivi, orari spettacoli del cinema, oroscopi, informazioni sul traffico e previsioni del tempo. – La chiamavamo “la Signora” e non aveva neanche bisogno di batterie.*

(In basso) *Quando ero giovane non avevo bisogno di orologio con e-mail, vibrazioni, flex time, risultati sportivi, orario spettacoli del cinema, oroscopi, informazioni sul traffico e previsioni del tempo. A quel tempo non avevo bisogno di incollarmi i denti tutte le mattine. Ma questi sono stramaledetti affari miei.* Campagna per il modello di orologio “Internet Messenger” di Timex.

### **Pag. 16, accessori, Biasia.**

In italiano.

### **Pag. 17, accessori, Biasia.**

Manifesto per l'inaugurazione di un nuovo negozio di borse Francesco Biasia.

### **Pag. 18-19, accessori, Bagues Jewellers.**

(Pag. 18, in alto) *Dillo senza parole. (È una bambina).*

(In basso) *Dillo senza parole (Ho bisogno di te).*

(Pag. 19, in alto) *Dillo senza parole. (Ti amo).*

(In basso) *Dillo senza parole. (Ti voglio).* Campagna per gioielli Bagues.

### **Pag. 21, audio & video, Sony.**

*La nuova Cyber-Shot P5. Ha piú stile.*

### **Pag. 22-23, audio & video, Sony.**

(Pag. 22, in alto) *Sony DVD Digital Cinema Sound. L'unico sistema per un dolby Surround casalingo con solo due casse (acustiche).*

(In basso) *Sony Network Walkman. Il piú piccolo walkman del mondo con il quale potete scaricare tutta la musica che volete da internet.*

(Pag. 23, in alto) *Benvenuto Sony Minidisc.*

### **Pag. 23-24, audio & video, Sony.**

Campagna per il Sony Walkman.

### **Pag. 25, audio & video, Eastcom.**

*Vera pelle.* Campagna per cellulari.

### **Pag. 26-27, audio & video, Nokia.**

*La bellezza del minimalismo.* Campagna per cellulari di Nokia.

**Pag. 31, autoveicoli, accessori, Audi.**

(In alto, da sinistra in basso a destra in alto): *ABS con ripartitore elettronico della forza frenante (EBD) , porte rinforzate in alluminio, sedili anteriori rinforzate, 8 airbag, attivazione controllata da sensori degli airbag.* (In rosso): *Distrazione al semaforo.* Pay-off: *Il sistema di sicurezza piú importante rimane il conducente.*

(In basso, da sinistra in basso a destra in alto): *(TRC e VSC) Sistema di controllo della trazione e della stabilitá, (EDS) dispositivo elettronico di bloccaggio del differenziale, (BA )dispositivo di assistenza alla frenata, 8 airbag.* (In rosso): *Dimenticato di guardare nello specchietto retrovisore.* Pay-off: *Il sistema di sicurezza piú importante rimane il conducente.*

**Pag. 34-35, autoveicoli, accessori, Harley-Davidson.**

(Pag. 34, in alto) *99 anni di vento possono cambiare il profilo di una roccia, ma rimarrá sempre una roccia.*

(In basso) *Da qualche parte in un aereo un uomo sta provando ad aprire un pacchetto di noccioline.*

(Pag. 35, in alto) *Ruba dal 1903 la vista ai punti panoramici.*

(In basso) *Che tutti i vostri incontri con la giustizia possano cominciare con le parole: "Bella Harley".* Campagna per moto Harley Davidson.

**Pag. 38-39, autoveicoli, accessori, Saturn.**

(Pag. 38, in alto) *Forme di vita nella giungla.*

(In basso) *Creature delle foreste sempre verdi.*

(Pag. 39, in alto) *Abitanti delle regioni polari.* Campagna per VUE il nuovo fuoristrada di Saturn.

**Pag. 39, autoveicoli, accessori, Rally Car Wax.**

Manifesto per Rally, cera per auto.

**Pag. 40-41, autoveicoli, accessori, Mini.**

----

**Pag. 44-45, autoveicoli, accessori, Mini.**

----

**Pag. 45, autoveicoli, accessori, BMW.**

----

**Pag. 48-49, autoveicoli, accessori, VW.**

*La nuova Polo. Cosí straordinaria che la gente potrebbe pensare che lo siate anche voi.*

**Pag. 49-50, autoveicoli, accessori, VW.**

*Uno di questi giorni vi pentirete di non aver pagato il prezzo giusto. Lupo. Non meno di 63891 FF.*

**Pag. 51, autoveicoli, accessori, Jeep.**

*Anche la DDR aveva i suoi lati positivi.*

**Pag. 51-52, autoveicoli, accessori, Fiat.**

*Fiat Punto. Con il climatizzatore piú potente della sua classe.*

**Pag. 53, bevande alcoliche, Malibu.**

(In alto, a sinistra) Etichetta sulla conchiglia: *Attenzione! Spigoli appuntiti! Portare occhiali protettivi!*

(A destra) Scritta: *È vietato-pena contravvenzione – togliere questa etichetta dalla amaca.*

(In basso) Scritta cartello: *Attenzione: telecamera di controllo. Pay-off (per tutti i motivi): Se prendessimo la vita cosí seriamente ai Caraibi, Malibú non sarebbe mai stato inventato.* Campagna per Malibu, un rum caraibico al sapore di cocco.

**Pag. 54, bevande alcoliche, Jack.**

*Hard Cider. Easy drinking.* Campagna per un sidro a base alcolica.

**Pag. 55, bevande analcoliche, PJ's Coffee & Tea.**

(In alto, a sinistra) *Per scherzo alcune persone ci hanno accusato di usare metodi voodoo per produrre un caffè cosí buono. Queste persone adesso sono capre.*

(A destra) *Se non fosse per la musica leggendaria, le feste perenni e l'abbondanza delle donne che si liberano dei loro vestiti, New Orleans sarebbe probabilmente famosa per il suo caffè.*

(In basso) *Dentro c'è un pó di bourbon.*

**Pag. 56, bevande analcoliche, Coca Cola.**

Diversi artisti giapponesi sono stati incaricati di creare un quadro per questa campagna della Coca Cola. Il claim "no reason" sta a significare che non si deve avere alcuna ragione particolare per bere Coca Cola.

**Pag. 57, bevande analcoliche, London Fruit & Herb Co.**

(In alto, a sinistra) *Siamo spiacenti di dovervi comunicare che Priory é pieno fino all' agosto 2003 (Priory Hospital é una famosa clinica londinese per malattie nervose)*

(A destra) *Ci dispiace ma non siete abbastanza famosi per soffrire di esaurimento nervoso. (Non vi preoccupate. Gustatevi una tazza di te nero al ribes. Forse non fará molto per il vostro status di superstar ma vi dona sicurezza)*

(In basso) *Attenzione: Guaritori spirituali non fanno visite a domicilio a Watford. (Non importa. Gustatevi invece una tazza di te alla menta . Purifica il vostro organismo molto piú velocemente di uno strano vecchio mistico yoghi.)* Campagna per te alla frutta e tisane. Claim: *Reabilitazione fatta da sé.*

**Pag. 59, moda, Allegri.**

----

**Pag. 60-61, moda, Bianco.**

Campagna per scarpe della marca Bianco.

**Pag. 62-63, moda, van Laack.**

Questa campagna per camicie della marca van Laack presenta celebritá tedesche tra il cui nome di battesimo e cognome é stato inserito un "van".

**Pag. 64-66, moda, Diesel.**

(Pag. 64, in alto) *“Libertá” – adesso sponsorizzata da Diesel.*

(In basso) *“Avventura” – adesso sponsorizzata da Diesel.*

(Pag. 65, in alto) *“Fortuna” – adesso sponsorizzata da Diesel.*

(In basso) *“Eccitamento” – adesso sponsorizzato da Diesel.*

(Pag. 66, in alto) *“Piacere” – adesso sponsorizzato da Diesel.*

(In basso) *“Soddisfazione” – adesso sponsorizzata da Diesel.* Campagna per la collezione primavera-estate di Diesel dal motto *“Le vostre sensazioni sono adesso sponsorizzate da Diesel”.*

**Pag. 67, alimentazione, Yoggi.**

*Adesso con ancora piú frutta.* Campagna per yoghurt alla frutta Yoggi

**Pag. 68-69, alimentazione, Wringley’s Extra.**

*L’extra per denti forti.*

**Pag. 69, alimentazione, Shalimar.**

(In basso, sinistra) *Caldo. Stretto. Pieno. Scarsa elettricitá. (Proprio come a casa).*

(A destra) *8 su 10 tassisti lo consigliano.* (Negli Stati Uniti i tassisti sono spesso di origine pakistana.) Campagna per un ristorante pakistano.

**Pag. 70, alimentazione, Noodles & Company.**

(In alto) *Un boccone veloce.*

(Al centro) *Ti prendo.*

(In basso) *Piccante.* Campagna per un ristorante specializzato in pasta.

**Pag. 71, alimentazione, TT Resources.**

*“Hairy Crabs” (un tipo di granchi) non sono “Hairy Crabs” se non provengono da noi. Importati giornalmente freschi dalla Cina si possono gustare gli autentici succosi “Hairy Crabs” a solo RM 49,90 al pezzo.* Campagna per una catena di ristoranti.

**Pag. 72, alimentazione, Tabasco.**

----

**Pag. 73, alimentazione, Swisspatat.**

*Ricette contro la noia: [www.kartoffel.ch](http://www.kartoffel.ch).*

**Pag. 74, alimentazione, Australian Meat & Livestock.**

*I bambini amano le cose con manici.* Campagna per carne di agnello.

**Pag. 77, articoli per la casa, Ariel.**

Pay-off (tutti i motivi) : *Lasciatelo andare sulla macchia!*

**Pag. 77-78, articoli per la casa, Siemens.**

(Pag. 77, in basso) “...” – *John McEnroe*. Claim (tutti i motivi): *Toglie lo sporco.*

(Pag. 78, in alto) *Se potete leggere questo la ... é caduta.* (Nell’originale sulla maglia c’è scritto “La troia é caduta”.)

**Pag. 79, articoli per la casa, Siemens.**

*Nuovo: il camino elettrico LC 45650.*

**Pag. 79-80, articoli per la casa, Baygon.**

*Cacciate le zanzare.* Campagna per un insetticida.

**Pag. 81, articoli per la casa, Velux.**

(In alto, a sinistra) *Costruisciti il tuo reattore nucleare personale.*

(A destra) *Clonazione umana. Fatta da sé.*

(In basso) *Chirurgia cerebrale – passo per passo.* Pay-off (tutti i motivi): *Se tutto fosse così semplice come il montaggio delle ns finestre elettriche per mansarde.*

**Pag. 82, articoli per la casa, Velux.**

*Montaggio di finestre elettriche per mansarde.*

**Pag. 83, miscellanea, California Academy of Tauromaquia.**

(In alto, a sinistra) *Si deve essere un uomo coraggioso per diventare un matador/torero. A cominciare dai costumi.*

(A destra) *Ancora oggi molti spagnoli sostengono che Picasso non é stato il piú grande artista.*

(In basso) *In alcune regioni ci sono adolescenti che non vogliono diventare rockstar.* Campagna per la California Academy of Tauromaquia, una scuola per toreri.

**Pag. 84-85, miscellanea, Dallas Cowboys.**

(Pag. 84, in alto) *Running Back* (I giocatori di football americano che giocano nella posizione Running Back sono quelli che corrono di piú. Solo le star raggiungono piú di 1000 yard a stagione.)

(In basso) *Wide Receiver* (Il Wide Receiver prende nel football americano i passaggi del Quarterbacks. I Wide Receiver portano guanti particolarmente appiccicosi cosí che la palla non gli sfugga dalle mani.)

(Pag. 85, in alto) *Quarterback.* (Il quarterback deve lanciare molte palle a partita. Piú preciso é meglio é.)

(In basso) *Linebacker* (Il Linebacker é l’ultima sicurezza della difesa. Deve far cadere gli attaccanti avversari prima che questi facciano punti.) Campagna per i Dallas Cowboys una squadra di professionisti del football americano.

**Pag. 88-89, miscellanea, Atlanta Dance Works.**

(Pag. 88, in basso) *Corso di avanzati.*

(Pag. 89, in alto) *Prima lezione gratis.*

(In basso) *Ballando swing.* Campagna per una scuola di ballo.

**Pag. 90-91, miscellanea, TOEIC.**

(Pag. 90) *Per cooperare.* (Test di inglese per la comunicazione internazionale)

(Pag. 91, in alto a sinistra) *Per negoziare.*

(A destra) *Per internet.*

(In basso, a sinistra) *Per comprendere.*

(A destra) *Per le cose in comune.* Campagna per TOEIC Test un test d'inglese per stranieri riconosciuto internazionalmente.

**Pag. 92, The National History Museum.**

(In alto) *Se non avete scoperto sino a ora l'alligatore, siete morti.*

(In basso) *Se non avete scoperto il leone sino a ora siete morti.* Campagna per una esposizione sugli animali predatori al Natural History Museum di Londra.

**Pag. 93, Museum of Arts & Crafts.**

Campagna per il museo delle Arti e Mestieri di Amburgo.

**Pag. 94-95, St. Louis Black Repertory Co.**

(In basso) *Tutti stanno zitti come le mosche. Nessuno si muove. Finché il bambino alla mia sinistra si ricorda di fare l'occholino.*

(Pag. 95, in alto) *Dimentica le fatture. Sei carichi di biancheria sporca. Dimentica dimentica dimentica. Ogni volta che vado vengo esaudito.*

(In basso) *Cala il sipario. Io bisbiglio "Che succederá adesso?" Applausi. Non so. Ancora tre atti da fare.* Campagna per un teatro.

**Pag. 97-98, cibo per animali, Whiskas.**

Headline/Timbro cinese: *L'arte del mangiare. Il nuovo Whiskas pasto istantaneo con aringhe e salsa. Un nuovo modo di mangiare. Il vostro gatto aspetterà impaziente il vostro ritorno a casa.* Pay-off: *Per un rapporto piú stretto con il vostro gatto.*

**Pag. 99, prodotti farmaceutici, Citrosodina.**

In italiano.

**Pag. 101, case editrici, media, Penguin.**

*Qualsiasi altra cosa é spreco di carta.* Campagna per Penguin Book.

**Pag. 102-103, case editrici, media, Business Today.**

(Pag. 102, in alto) *"Questa é una invenzione sorprendente ma chi la vuole utilizzare?" – Robert Hayes, presidente degli Stati Uniti nel 1877 a proposito del telefono.*

(In basso) *"Tutto quello che si può inventare é già stato inventato." – Charles H. Duell, direttore dell'ufficio brevetti americano nel 1899.*

(Pag. 103, in alto) *"Penso che ci sia un mercato mondiale per forse 5 computer." – Thomas Watson, direttore IBM nel 1943.*

(In basso) *"Chi diavolo vuole sentire parlare gli attori?" – H.M. Warner Brothers, 1927.* Pay-off: *Non si può mai sapere come si sviluppano gli affari. Leggete Business Today per il management di domani.*

**Pag. 104, case editrici, media, Editrice Quadra Tum.**

*La Cucina Italiana. La rivista con una cucina in redazione.*

**Pag. 105, vendita al dettaglio, Taka.**

*60% di sconto su tutto l'oro bianco. Offerta valida fino al 31 dicembre. Campagna per un gioielliere.*

**Pag. 106-107, vendita al dettaglio, Illum.**

(Pag. 106, in alto a sinistra) *Vestiti che amate veramente.*

(A destra) *Cose che amate veramente.*

(In basso, a sinistra) *Cose che amate veramente.*

(A destra) *Vestiti che amate veramente.*

(Pag. 107, in alto a sinistra) *Cose che amate veramente.*

(A destra) *Vestiti che amate veramente.*

(In basso, a sinistra) *Vestiti che amate veramente.* Campagna per un grande magazzino.

**Pag. 110, vendita al dettaglio, Richmond Centre.**

*Ancora piú negozi, ancora piú vestiti.* Campagna per un centro commerciale.

**Pag. 111, vendita al dettaglio, Carpet Town.**

*Non é davvero moquette se non viene messa da uno specialista.* Campagna per un rivenditore di tappeti e moquette.

**Pag. 112, vendita al dettaglio, Urban Home.**

(In alto) *La nostra collezione di pelle. Prodotta con amore dai migliori materiali.*

(In basso) *Solidi mobili di legno. Prodotti con amore dai migliori materiali.* Campagna per un negozio di mobili.

**Pag. 113, servizi, Corcoran Real Estate.**

Claim: *Immobili eccezionali.* Campagna per un agente immobiliare.

**Pag. 114-115, servizi, Superpages.ca.**

*Trovatelo.* Campagna per un motore di ricerca online.

**Pag. 116-117, servizi, Pancrom.**

(Pag. 116, in alto) *Stampiamo Paul Cezanne e Bali Tercarolli con la stessa qualità.*

(In basso) *Stampiamo Tintoretto e Jacques Lewkowicz con la stessa qualità.*

(Pag. 117, in alto) *Stampiamo Van Gogh e Gabriel Zellmeister con la stessa qualità.*

(In basso) *Stampiamo Escher e Roberto Lautert con la stessa qualità.* Campagna per una tipografia. I signori in posa con i dipinti sono art-director brasiliani.

**Pag. 118-119, servizi, DDI.**

(Pag. 118, in alto) Da sinistra a destra: 1. *Negli Stati Uniti ed in Corea si usa già da una eternità ADSL.* 2. *Il Giappone rimane indietro? – Perché* 3. *Era miserabile navigare in internet e preoccuparsi della bolletta telefonica.* 4. *ADSL di KDDI offre 8 megabite per soli ¥ 1,980 al mese. Mettete in ordine!*

(Al centro) A sinistra: *Per esempio potete osservare il vostro cane da solo in casa 24 ore su 24. Questo é il nuovo internet.* (Al centro): *Significa che ognuno può creare la propria stazione radio. Anche questo é il nuovo internet.* (A destra) *ADSL di KDDI offre 8 megabite per soli ¥ 1,980 al mese. Mettete in ordine!*

(In basso) Estratto da sinistra a destra: *Una pancia grande – mettete in ordine, un amore non contraccambiato – mettete in ordine, confusione – mettete in ordine, problemi di apprendimento – mettete in ordine, scuse, mettete in ordine, insicurezze – mettete in ordine, convenzionale – mettete in ordine, angoscia-mettete in ordine, poco sonno – mettete in ordine!*

(Pag. 119, in alto a sinistra) *Il mio collegamento (internet) – mettete in ordine!*

(A destra) *Insicurezza – mettete in ordine!*

(In basso) Estratto copy: *Economia – mettete in ordine! Il passato – mettete in ordine! Indirizzi e-mail – mettete in ordine! Tariffe telefoniche – mettete in ordine! Scuse – mettete in ordine! Campagna per gestore di telecomunicazioni.*

**Pag. 120, servizi, PhotoGaleria.com**

*Ad ognuno l'immagine/la foto giusta.* Campagna per una agenzia di foto.

**Pag. 121, temi sociali & ecologici, China Children.net.cn**

(In alto, a sinistra) *La mamma mi picchia, io picchio lei (la bambola)*

(A destra) *Papá mi picchia, io picchio lui (il giocattolo)*

(In basso) *Gli adulti mi picchiano io picchio lei.* Pay-off (tutti i motivi): *La violenza é contagiosa. Basta con i maltrattamenti in famiglia.*

**Pag. 122, temi sociali & ecologici, United Way.**

*Prendiamo assolutamente tutto.* Campagna per un'azione nella quale vecchi libri vengono venduti a favore di Organisation United Way una organizzazione a scopo benefico.

**Pag. 123, temi sociali & ecologici, Vejle County.**

(In alto, a sinistra) *Nell'ultimo anno 238 giovani hanno perso uno o piú dita*

(A destra) *Nell'ultimo anno 133 giovani hanno subito serie ferite agli occhi.* . Campagna che richiama all'attenzione nell'uso di fuochi d'artificio.

**Pag. 123-124, temi sociali & ecologici, Unicef.**

(Pag. 123, in basso) *Una epidemia.*

(Pag. 124, in alto) *Un vulcano.*

(In basso) *Una inondazione.* Pay-off: *Alcune persone pensano che l'Unicef operi solo in paesi colpiti da catastrofi. È vero. Ogni bambino uruguayano che viene ostacolato nei suoi diritti vive una catastrofe. Per questo operiamo anche in Uruguay. Tutti i diritti per tutti i bambini!*

**Pag. 125, temi sociali & ecologici, Tree Utah.**

(In alto, a sinistra) *Gli alberi abbelliscono le nostre città e aumentano il valore immobiliare fino al 19%.*

(A destra) *Gli alberi producono ossigeno ...*

(In basso, a sinistra) *Gli alberi rinfrescano l'aria e riducono le scorie ambientali fino al 60% ... Pay-off (per tutti i motivi): Aiutateci a piantarne di piú – TreeUtah.*

(A destra) *Gli alberi riducono la temperatura e cosí anche i costi per l'aria condizionata fino al 15% ...*

**Pag. 126-127, temi sociali & ecologici, Unicef.**

(Pag. 126, in alto) *Piú di 100 milioni di bambini vivono sulla strada. E si nutrono di lei.*

(In basso) *www.unicef.de contro il lavoro infantile.*

(Pag. 127) *idem.*

**Pag. 128, temi sociali & ecologici, Covenant House.**

*Non tutti i bambini hanno gli stessi desideri per Natale.*

**Pag. 129-130, temi sociali & ecologici, Fundacao Pro Mata Atlantica.**

Per tutti i motivi: *Non permettere che questa specie distrugga i nostri boschi.*

**Pag. 130, temi sociali & ecologici, GSTF.**

*I giochi di Pechino. Con il Tibet.*

**Pag. 131-133, temi sociali & ecologici, Battersea Dogs Home.**

(Pag. 131, in alto) Parte destra: *Non daró la caccia gatti.*

(In basso) Parte sinistra: *Cercasi una buona casa per buoni cani.*

(Pag. 132, in alto) Parte destra: *Sono un "gattino".*

(In basso) Parte sinistra: *Cercasi una buona casa per buoni cani.*

(Pag. 133, in alto) Parte destra: *Alcuni dei miei migliori amici sono i postini.*

(In basso) Parte sinistra: *Cercasi una buona casa per buoni cani.* Campagna per l'adozione di cani randagi.

**Pag. 134, temi sociali & ecologici, Manos Unidas.**

(In alto, a sinistra) *Guerra a Timor. Ancora 8 mesi.*

(A destra) *A partire dal 2003: guerra in Nigeria.*

(In basso) *Prossimamente: Guerra in Guatemala.* Pay-off (per tutti i motivi): *Le ingiustizie di oggi portano alla guerra di domani – Se volete la pace, lottate per la giustizia.* Campagna per una associazione umanitaria Manos Unidas.

**Pag. 135-137, sport, Nike.**

----

**Pag. 140-143, sport, Nike.**

----

**Pag. 144, sport, No Fear.**

(In alto) *Pazzo?*

(In basso) *Idiota?* Campagna per la marca di articoli per surf “No fear”, “Niente paura”.

**Pag. 146, sport, Trekology Bikes.**

*Amiamo andare in bicicletta proprio come te.*

**Pag. 147, sport, Marin County Cricket Club.**

(In alto, a sinistra) *Bevanda ufficiale di questo sport: te. Claim: (Tutti i motivi) Il Marin County Cricket Club. Uno sport piacevolmente civilizzato.*

(A destra) *Per l'ultima volta: non siamo un gruppetto di collezionisti di coleotteri.*

(In basso, a sinistra) *I giocatori di hockey perdono regolarmente i denti e si rompono i nasi. Noi ci prendiamo macchie di erba sui pantaloni bianchi.*

(A destra) *È come baseball al Valium.*

**Pag. 148, sport, GoodLife.**

(In alto, a sinistra) *Forse tu non ti ricordi di tutto ma il tuo corpo sì. Sputalo fuori. (sudando)*

(A destra) *L'80% del tuo corpo consiste di acqua e 20% di una roba che avresti fatto meglio a non fare. Sputalo fuori.*

(In basso) *Solo perché mangi come un maiale non significa che devi assomigliare a un maiale. Campagna per una catena di palestre.*

**Pag. 149, sport, ManUTD Soccer Skills School.**

*Campagna per una scuola di calcio.*

**Pag. 150-151, sport, Metropolis Fencing School.**

(Pag. 150, in basso) *La scherma ha fatto grandi progressi dal 16esimo secolo. Al giorno d'oggi è possibile perdere più di una volta.*

(Pag. 151, in alto a sinistra) *Sicuro, al giorno d'oggi non è più un metodo efficace per difendersi se non dal diventare un sacco di grasso.*

(A destra) *Si prega vivamente di non incidere una “Z” sul petto dell'avversario.*

(In basso, a sinistra) *Volete imparare a schermare come Errol Flynn? Allora vi consigliamo di andare in una scuola di recitazione.*

(A destra) *TaeBo Yoga Pilates. Che ne è rimasto dei bei tempi andati in cui le persone facevano sport provando ad uccidersi reciprocamente?* Campagna per una scuola di scherma.

**Pag. 152, sport, Nike.**

*Userete i vostri piedi per tutto.* Campagna per la scarpa sportiva Nike “Presto”.

**Pag. 153, viaggi & tempo libero, Casbah.**

(In alto, a sinistra) *The Casbah: il club dove le band diventano commerciali molto prima di diventare commerciali.*

(A destra) *The Casbah: il club dove i musicisti esagerati, arroganti e superricchi hanno suonato quando erano soltanto esagerati e arroganti.*

(In basso) *The Casbah: il club con le band così nuove che le grosse emittenti radio non hanno anco-*

ra avuto la possibilità di ignorarle.

**Pag. 154-155, viaggi & tempo libero, Nevada Commission on Tourism.**

(Pag. 154, in alto) *Qui testiamo cose.* (Spiegazione: il Nevada é tra l'altro famoso perché l'esercito americano vi ha condotto negli anni '50 test atomici)

(In basso) *Un bel posto tranquillo per prendere contatto con il masochista in voi.*

(Pag. 155, in alto) *Benvenuti sulla lista delle specie in pericolo.*

(In basso) *Che tipo di animale sei tu?* Campagna di promozione per il Nevada, meta turistica non ancora così popolare.

**Pag. 156, viaggi & tempo libero, Telluride Ski & Golf Resort.**

(In alto, a sinistra) Campagna per la località sportiva invernale Telluride in forma di favola moderna (esempio a destra).

(A destra) *“Cellular Sam” amava molto il suo nuovo telefonino “Lo utilizzeró per far impressione sulla gente” si disse Cellular Sam. E cominció a parlare, parlare e parlare cosí ad alta voce che lo si sentiva anche in paesi lontani. Ma agli sciatori e agli snowboardisti Cellular Sam cominció a dare sui nervi. Cellular Sam deve andarsene – decisero. Allora lo travestirono da alce femmina e lo portarono, nel periodo del calore, nei 733 ettari quadrati del Prospect Bowl. Da quel giorno Cellular Sam cominció a diventare nervoso in presenza di mammiferi grandi. Ma smise di parlare ad alta voce al cellulare. Claim: Telluride. Il luogo dove le persone vengono per divertirsi.*

**Pag. 156, viaggi & tempo libero, USA Wellenbad.**

Campagna per una piscina al coperto con orari di apertura molto prolungati.

**Pag. 159, classici.**

(Pag. 159) Annuncio francese dell'anno 1896 in occasione dell'apertura ufficiale del primo concessionario Peugeot.

(Pag. 160) *Leggete tutti i giorni “Le Velo”.* Annuncio della fine del secolo per un quotidiano francese.