

Pag. 15, accessori, Jansport.

(In alto) *Schiena: Wade J. Robson, coreografo, produttore, regista. Zaino: The Pulse. Airzuit™ con porta CD.*

(In basso) *Schiena: Taryn Mannin. Cantante, cantautrice, attrice. Zaino: The Aurora con tasca portaoggetti ("Backpack" é un sinonimo di "Rucksack", "zaino" Entrambe le parole sia in inglese che in tedesco fanno gioco sul prefisso Back/Rück= schiena. N.d.t)*

Pag. 16, accessori, Francesco Biasia.

In italiano.

Pag. 17, audio & video, Sony.

Pag. 18-19, audio & video, Panasonic.

(Pag. 18, in alto) *Peccato che la maggior parte delle persone che fotograferai non saranno così eleganti come la macchina fotografica.*

(In basso) *Occhi e orecchie non sono ugualmente importanti?*

(Pag. 19, in alto) *È la nostra tecnologia. Ma la tua personalità.*

(In basso) *Incredibilmente facile da utilizzare. Anche per il tuo fratellino.* Campagna per diversi strumenti di Panasonic.

Pag. 20, audio & video, Nokia.

(In alto) *Manda alla tua amica un ippopotamo.*

(In basso) *Manda al tuo amico uno yacht.* Campagna per cellulari Nokia.

Pag. 21, audio & video, Sony.

(In alto) *Intelligente.*

(In basso) *Piccola.*

Pag. 23-24, autoveicoli, accessori, Honda.

(Per tutti i motivi) *I nostri ingegneri si fanno guidare da consulenti di tutto il pianeta. Claim: Honda. Tecnologia che rispetta l' ambiente.*

Pag. 24-25, autoveicoli, accessori, Honda

Se non usate pezzi di ricambio originali, la vostra Honda non é un Honda.

Pag. 28, autoveicoli, accessori, Honda.

(In basso) *Estratti copy dall'alto al basso: Metto la prima. 12.000 U/Min. Metto la seconda. Curva a destra pericolosa...Sempre dritto per lungo tempo....Metto la terza. La quarta. La quinta. A tutto gas. Inchiodata. A sinistra....ecc: Claim: La nuova CBR900RR. Ogni goccia di adrenalina sotto controllo.*

Pag. 29, autoveicoli, accessori, BMW.

Guidare una BMW non sarebbe lo stesso senza LifeService. (LifeService é un servizio di assistenza 24 ore su 24 di BMW.)

Pag. 32, autoveicoli, accessori, Land Rover.

Pag. 33, autoveicoli, accessori, Petrobras.

La strada diventa piú facile se si sa che un distributore Petrobras vi aspetta.

Pag. 36-37, autoveicoli, accessori, Renault Trafic.

(Pag. 36, in alto) *Distanza coperta: 1200 Km o come potete portare avanti le vostre idee con molto poco.*

(In basso) *La zincatura dall'alto in basso proteggerá persino la pace della vostra anima.*

(Pag. 37, in alto) *Capienza: 1200 kg di progetti grandiosi.*

(In basso) *Rapporto freni: per la prima volta la concorrenza é avanti.*

Pag. 38, autoveicoli, accessori, Exxon.

(In alto, a sinistra) *Quasi come il cuore umano, solo piú esigente.*

(A destra) *È sorprendente quanto l'olio giusto possa fare bene al cuore.*

(In basso) *Ci pensate piú volte al giorno: cambio di liquidi. Claim (tutti i motivi) : Per tutti quelli nelle cui vene scorre olio.*

Pag. 39, banche, assicurazioni, Dutch Central Bank.

(In alto) *Innovativo é un concetto di moda. Siamo innovativi giá dal 1814 e lo rimarremo anche per i prossimi secoli. Solo che allora verrá inventata una nuova parola per questo. Pay-off: Altrimenti siamo persone normali.*

(In basso) *Forse vi sembrerá strano ma il 99% di affidabilitá non ci basta. Campagna per la banca centrale olandese*

Pag. 41, bevande alcoliche, Bourdeaux.

Bordeaux. Vini pregiati. Fatevi sedurre.

Pag. 42-43, bevande alcoliche, Martini.

(Pag. 42, in alto) *"Ho attirato il suo sguardo su di me e fra poco avró il resto"*

(In basso) *"Lei. Un Martini. Dai. Puoi esprimere un terzo desiderio".*

(Pag. 43, in alto) *"Martini, gelato e ribes rossi. Arrenditi sei circondato."*

(In basso) *"Per un attimo ho pensato che mi guardasse. Solo per un attimo."*

Pag. 44-45, bevande alcoliche, Boddington's.

(Pag. 45) *1903. Mrs Pankhurst inizia il movimento delle donne a Manchester. Pay-off: (tutti i motivi): Boddingtons. Fa parte di Manchester dal 1778.*

(Pag. 45, in alto a sinistra) *1941. Il Lancaster Bomber viene progettato e costruito a Manchester.*

(A destra) 1794. Lo scienziato John Dalton di Manchester é il primo ad identificare il Daltonismo.
(In basso a sinistra) 1888. Il primo torneo professionale di calcio viene fondato all' hotel Royal di Manchester. Parte di Manchester dal 1778.

(A destra) 1964. La prima "Top of the Pops" (Hitparade inglese) viene trasmessa da Manchester.

Pag. 46-47, bevande alcoliche, Campari Mixx.

Mixed is cooler. Campagna per Campari. Titolo di copertina

Pag. 48, bevande alcoliche, sidekick.

(In alto a sinistra) *In questo momento stai sprecando 2,73 secondi.*

(A destra) *Pub: si. Stisciare: no.* (Un "Pub crawl" é traducibile con " giro dei pub" anche se la parola "crawl" significa "strisciare")

(In basso) *Non lo rimandare, semplicemente non lo fare.* Pay-off: *Sidekick. Corto come la vita.*
Campagna per una bevanda alcoliche (20%) ai gusti di arancio, chili e mela.

Pag. 49, bevande alcoliche, Carlsberg.

Claim: *Carlsberg. Probabilmente la miglior birra del mondo.*

Pag. 51-52, computer, IBM.

(Pag. 51, in alto) " *Latitudine 34° 11' Nord, longitudine 47° 05' ovest. Giovanni Soldini, proprietario di yacht.*" Pay-off (per tutti i motivi) : *ThinkPad. Qual é il posto dove pensate meglio?*

(In basso) " *Da qualche parte tra la Senna e la fonte.*"- *Richard Girardot, general manager di Perrier.*

(Pag. 52, in alto) " *Facendo Brain Storming vicino a designer di talento.*"- *Brigitte Bury, Artdirector di Baccarat.*

(In basso) " *In giardino, ricontrollando ricette.*" *Wolfram Siebeck, critico di ristoranti e gourmet professionale.*

Pag. 55, cosmetici, Rimmel.

Rossetti "colori da portare con sé"

Pag. 56-57, cosmetici, Rimmel.

(Pag. 56, in alto a sinistra) *Ciglia molto personali.*

(A destra) *Ciglia naturali.*

(In basso a sinistra) *Ciglia permanenti.*

(A destra) *Ciglia esotiche.*

(Pag. 57, in alto a sinistra) *Ciglia delicate.* Campagna per mascara della marca di cosmetici *Rimmel.*

(A destra) *Ciglia scintillanti.*

Pag. 57, cosmetici, Dior.

Pag. 58, cosmetici, Lubridem.

Idratazione naturale per le prossime 24 ore. Campagna per una crema idratante.

Pag. 59, cosmetici, Hawaiian Tropic.

(In alto) *Cambiate il colore, non la pelle.*

(In basso) *Uff!!! Campagna per una crema da sole e doposole di Hawaiian Tropic.*

Pag. 61, intrattenimento, PlayStation.

PlayStation. Adesso a solo Euro 100. Pay-off: Non sopravvalutare mai la forza di PlayStation.

Pag. 63-65, moda, Diesel.

(Pag. 63, in alto) *Rispetta la mamma. - Protesta, sostieni e diventa attivo su www.diesel.com*

(In basso) *Piú semafori verdi. - Protesta, sostieni e diventa attivo su www.diesel.com*

(Pag. 64, in alto) *Bacia il tuo vicino.- Protesta, sostieni e diventa attivo su www.diesel.com*

(In basso) *Il mondo ha bisogno di piú lettere d'amore. -Protesta, sostieni e diventa attivo su www.diesel.com*

(Pag. 65, in alto) *Libertá per i pesci rossi.- Protesta, sostieni e diventa attivo su www.diesel.com*

(In basso) *Pianta piú fiori.- Protesta.....*

Pag. 68-69, moda, Levi's.

(Pag. 68) *I classici 501 da uomo -adesso ridisegnati per donne.*

(Pag. 69) *Idem.*

Pag. 70-71, moda, Levi's.

Jeans Levi's dal look "usato". ("Worn Out" significa "usato" ma anche "esausto")

Pag. 72-73, moda, Gore-Tex.

(Pag. 72, in alto) *Quando la temperatura scende a meno 20 sotto zero, tutto tace. Non si muove niente e non si sente nessun rumore. È come se il mondo trattenesse il respiro. Meraviglioso.*

(In basso) *La pioggia sveglia il paesaggio. In questo momento tutto intorno a te diventa vivo.*

Colori e profumi gareggiano per guadagnare la tua attenzione. E tutto quanto senti é il cielo che sfiora la terra.

(Pag. 73, in alto) *Il vento trasforma sulla sua strada tutto in uno strumento. I rami fischiano, le pietre cantano, le foglie applaudono. Il vento trasforma il paesaggio in una sinfonia.*

(In basso) *La pioggia cambia una città . Trascina la gente dalla strada. La città si libera dalla sua pella impolverata. E ti senti come il primo visitatore. Tutto brilla.*

Pag. 74-75, moda, 55DSL.

Fuori é pericoloso. Rimani a casa. Campagna per la linea di articoli sportivi 55dsl di Diesel, nella quale snowboarder, surfisti e skateboarder mostrano ironicamente sintomi esagerati di malattie.

Pag. 76-77, moda, Bianco.

(Pag. 77) *Per tutti i motivi: Non era informato sulla nostra collezione per uomini. Campagna per scarpe della marca Bianco.*

Pag. 78, moda, Timberland.

(In alto) *Il vostro maus non conta come specie della natura.*

(In basso) *State attenti agli architetti di interni.* Campagna per scarpe Timberland.

Pag. 79, moda, Glassons.

Culottes di Glassons. Portatele alla vostra maniera.

Pag. 81, alimentazione, Restaurante tijuana.

(In alto) *In nostri burrito vengono serviti con molto riso.*

(In basso) *Le nostre Margaritas vanno giú molto facilmente.* (La frase é cosí costruita come se venisse balbettata) Campagna per un ristorante messicano.

Pag. 82, alimentazione, Findus.

In italiano.

Pag. 82-83, alimentazione, HP Sauce.

(Pag. 82, in basso) *Non si puó resistere a una bistecca con salsa HP.*

(Pag. 83, in alto) *Non si puó resistere a un hamburger in salsa HP.*

(In basso) *Non si puó resistere a una salsiccia in salsa HP.* (Le illustrazioni mostrano convinti vegetariani peccare).

Pag. 84, alimentazione, Altoids.

(In alto, a sinistra) *È assolutamente normale che le tue Altoids cambino.*

(A destra) *Le tue Altoids germoglieranno presto.*

(In basso, a sinistra) *Le mie Altoids cambiano e sono d'accordo.*

(A destra) *Non aver paura di esaminare le tue Altoids.* Campagna teaser per mentine Altoids.

Pag. 86, alimentazione, Roland Restaurant.

"Squisito!" Claim: Roland Restaurant. Per grandi fan della cucina di pesce. Campagna per un ristorante di pesce.

Pag. 87-88, articoli per la casa, Chunlan.

(Pag. 87, in alto) *Rifletti! La tua borsa occupa lo spazio di una lavatrice? Design ultrasottile. Lavatrici CHunlan con carica anteriore.* (Gli annunci sembrano come le esortazioni della compagnia di trasporti pubblici e sono stati affissi negli autobus e nelle metropolitane.

(In basso) *Esercita il rispetto! Il tuo giornale occupa lo spazio di due lavatrici?*

(Pag. 88, in alto) *Fai attenzione! Stai in piedi come se al tuo posto ci fossero due lavatrici?*

Pag. 88, articoli per la casa, Engelhardt.

Rendetevi non attraenti. Campagna per insetticida.

Pag. 89, articoli per la casa, Post-it.

(In alto) *Comprare penne.*

(In basso) *Centro della memoria*. Campagna per Post-it.

Pag. 90-91, articoli per la casa, Miele.

(Pag. 90, in alto) *Dal punto di vista statistico la gente cambia piú velocemente partner che lavatrici Miele.*

(In basso) *Una macchina per il caffè che ti da la carica prima ancora di bere il caffè.*

(Pag. 91, in alto) *La prima aspirapolvere che é stata progettata specificamente per cani e gatti.*

(In basso) *Con il cestino per le posate messo sopra avete piú spazio sotto.* Campagna per elettrodomestici di Miele.

Pag. 92-93, articoli per la casa, Hurd Windows.

(Pag. 92, in alto) *Le nostre finestre produzioni di massa? Per questo la nostra città non ha abbastanza abitanti.*

(In basso) *Molti produttori si affidano a robot. Hey, ricordiamoci di non andare mai alle gite aziendali di quelle compagnie.*

(Pag. 93, in alto) *O le vostre finestre arrivano in tempo o la nonna deve venir curata per ipotermia.*

(In basso) *Finito il lavoro di falegname i nostri artigiani vanno a casa e si dedicano ai loro interessi. Per esempio la falegnameria.* Campagna per produttori di finestre.

Pag. 95, miscellanea, Manly Council Museum.

Manifesto per un museo di sculture antiche situato nelle vicinanze della spiaggia.

Pag. 96-97, miscellanea, Museum of Communism.

(Pag. 96) *Apriamo tardi chiudiamo presto ed abbiamo lunghe noiose pause per il pranzo.* Campagna per un "museo del comunismo".

(Pag. 97, in alto a sinistra) *Pregate che non vi scopriamo in un altro museo.*

(A destra) *Non ce l'abbiamo, siamo già chiusi, andatevene a scocciare qualcuno altro.*

(In basso, a sinistra) *Volete rimborsati i vostri soldi? Volete andare in Siberia?*

(A destra) *Venite a vedervi un episodio di "Big Brother" andato in onda per 40 anni.*

Pag. 98-99, miscellanea, Torture Museum Praha.

(Pag. 98, in alto) *Fumate erba e le vostre gambe verranno legate e picchiate fino a che non esca il midollo osseo.*

(In basso) *Guidate in stato di ebrezza e sarete spellati e gettati in catrame bollente.*

(Pag. 99, in alto) *Verranno strappate le unghie di coloro che verranno scoperti a gettare rifiuti. Dopodiché la pelle scoperta verrà punta con aghi e spalmata con alcol.*

(In basso) *Tutti coloro che verranno scoperti a rubare dovranno inghiottire chiodi di ferro che strapperanno l'esofago lo stomaco e l'intestino.*

Pag. 100, miscellanea, Eisner Museum of Advertising.

(In alto a sinistra) *Conseguenza dell'evoluzione delle specie meglio adattate nel campo della pubblicità.*

(A destra) *Probabilmente la campagna pubblicitaria piú analizzata della storia.*

(In basso) *Un classico della pubblicità americana. Conservato per ulteriori studi.* Pay-off (tutti i motivi) : *Il maggiolino VW ieri e oggi.* Campagna per il Museo Eisner per la pubblicità e il design.

Pag. 103, cibo per animali, Iams.

Per una vita lunga e sana.

Pag. 104, cibo per animali, Pedigree.

Pedigree per cuccioli. Da la forza di crescere.

Pag. 105, case editrici, media, vegashotspots.com

(In alto, a sinistra) *Gli unici a sapere piú di Las Vegas sono quelli che ci sono seppelliti.* (Gioco di parole: "Dirt" ha in questo contesto sia il significato di "informazione" che di "terra")
(A destra) *Sin City* ("La città del peccato" soprannome di Las Vegas) *ha finalmente quello di cui aveva bisogno. Una Bibbia.*

(In basso) *Nessuno ha mai osservato questa città così attentamente, oltre forse la polizia.*
Campagna per un sito internet con informazioni su Las Vegas.

Pag. 106-107, case editrici, media, Elle.

Sui campanelli si leggono nomi di famosi stilisti.

Pag. 109, vendita al dettaglio, Simplistic Bride.

(In alto, a sinistra) *Lasciate piú persone a bocca aperta dei chirurghi plastici di Beverly Hills.*
(A destra) *Vedrete piangere Vostro padre per la prima volta dopo il controllo fiscale del 1984.*
(In basso) *Avete mai visto arrossire un pastore?* Campagna per un negozio di vestiti da sposa.
Pay-off: *Il vostro giorno. Secondo i vostri desideri.*

Pag. 112-113, vendita al dettaglio, Le Postiche.

(Pag. 112, in alto) *Finalmente vi divertirete a quelle feste dove non c'è il guardaroba.*
(In basso) *È vero, gli uomini normalmente non danno importanza alle borse. E neanche particolarmente al taglio di capelli ma ciò non significa che vadano in giro come uomini delle caverne.*
(Pag. 113, in alto) *Pregherete che piovva per potervi proteggere la testa con la vostra borsa.*
(In basso) *Belle borse attraggono i ladri. Ma possono anche attirare l'attenzione di uomini attraenti.*

Pag. 114-115, vendita al dettaglio, Hornbach.

(Pag. 114, in alto) *Tu sei transitorio. La tua opera no.*
(In basso) *È come il sesso. Solo che si viene subito al dunque.*
(Pag. 115, in alto) *Sono i ragazzi piú sporchi quelli che spezzano i cuori.*
(In basso) *Le leggende non muoiono a letto.* Claim: *Hornbach. C'è sempre qualcosa da fare.*

Pag. 116-118, vendita al dettaglio, IKEA.

(Pag. 116) *Tutti e 4 motivi teaser: Perché essere grigi?*
(Pag. 117, in alto a sinistra) *Sono una donna fammi urlare Illusione a una famosa canzone di Helen Reddy degli anni 70: " Sono una donna, mi sentite urlare..."*
(A destra) *Avete già letto il Kamasutra?*
(In basso a sinistra) *Non si può venir fuori da un qualsiasi armadio.*
(A destra) *I miei papà costituiscono anche un set.*

(Pag. 118, in alto) *Letti!!!*

(In basso) *Sul mio divano a tre posti c'è posto tranquillamente per sei. Pay-off: Perché essere grigi?*

Pag. 119, servizi, AGL.

Spengete la luce quando non siete a casa e risparmierete piú che semplicemente denaro.

("Save" in inglese significa sia "risparmiare" che "salvare", "conservare") Campagna di una compagnia di elettricit . Claim: *L'ambiente ci sta a cuore.*

Pag. 120, servizi, Cowboy Boot Hospital.

In un batter d'occhio calzeranno di nuovo i tuoi piedi. Campagna per un calzolaio specializzato su stivali da cowboy.

Pag. 121, temi sociali & ecologici, Charles Bridge.

(In alto) *Questa volta la resurrezione giace nelle nostre mani.*

(In basso) *Aiutateci a salvare il ponte di San Carlo.*

Pag. 122-123, temi sociali & ecologici, NSPCC

(Pag. 122, in alto) *È stata picchiata perché ha fatto la pip  a letto. Ha fatto la pip  a letto perché   stata picchiata.*

(In basso) *Cosa farai quando uno schiaffo non far  pi  effetto?*

(Pag. 123, in alto) *Se gli schiaffi fanno effetto perché devi continuare a darne?*

(In basso) *Quando si picchiano i bambini gli si impartisce davvero una lezione, purtroppo. Pay-off: Si deve smettere di picchiare i bambini. Punto. Basta che un bambino lo capisca.*

Pag. 126-127, temi sociali & ecologici, Pax.

(Pag. 126, in alto) *Sapete che i vostri vicini hanno una mini cinepresa. Sapete anche se possiedono una arma da fuoco?*

(In basso) *Sapete che il vostro vicino soffre di disturbi di erezione. Sapete anche se possiede una arma da fuoco?*

(Pag. 127, in alto) *Sapete che il vostro vicino ha una amante. Sapete anche se possiede una arma da fuoco?*

(In basso) *Sapete che il vicino ha il vostro cacciavite. Sapete anche se possiede una arma da fuoco?*

Pag. 128-129, temi sociali & ecologici, Boy Scouts of America.

(Pag. 128, in alto) *Molti pochi rapporti di atti criminali cominciano con le parole: " Il sospettato, ex boy scout,   stato ferito.... "*

(In basso) *Meglio gomiti sbucciati che tracce di sofa sul sedere.*

(Pag. 129, in alto) *Mani pigre significano difficolt , mani che si tuffano in Marshmallows sciolti, molto meno.*

(In basso) *Quanto pu  assorbire una testa ed entrare ancora nel piccolo berretto blu? Campagna per i Boy Scout o meglio per i Lupetti.*

Pag. 130-131, temi sociali & ecologici, NCADA.

(Pag. 130, in alto a sinistra) *Il signor Sun era un orso felice che dormiva volentieri nel suo letto.*

Un giorno prese eroina, adesso é morto. (In inglese il copy di questa campagna é in forma di rime per bambini).

(A destra) Rick il topo si drogava. La polizia gli si mise velocemente alle calcagna e lo acchiappó.

(In basso, a sinistra) Fiona il camaleonte poteva trasformarsi in altri colori ovunque andasse. Ma quando cominció a prendere Ecstasy la sua allegra vita colorata finí.

(A destra) La mamma avvisó Kenny il canguro: " Ketamin é proprio pericoloso" Ma Kenny non le dette retta e adesso ha perso la ragione.

(Pag. 131, in alto a sinistra) " Ti auguro pace" disse Mark il coniglio. I suoi amici gli diedero droga. Adesso non riesce piú a liberarsene.

(A destra) Nash il gatto aveva un cervello brillante. Fin quando l'eroina non mandó giú il cervello nel lavello.

(In basso) JoAnn la gallina voleva cantare come Madonna. Ma poi prese eroina e adesso é finita per lei. Campagna antidroga diretta a giovani e bambini.

Pag. 132, temi sociali & ecologici, Electric City Generating Public.

Vincere la Thailand Forest Community 2001 ha significato molto per la gente di Dong Yai ma per la foresta ancora di piú... Difendi l'ambiente e tutti ne escono vincitori. Campagna sponsorizzata dal piú grande fornitore di elettricitá della Thailandia EGCO.

Pag. 133, temi sociali & ecologici, NOAH.

Credete davvero che i numeri del circo di animali ammaestrati si basino su atteggiamenti naturali?

Pag. 134, temi sociali & ecologici, Prague Zoo.

Sponsorizza un animale e ti amerá per questo.

Pag. 135, sport, Espacio Zmork Fitness.

(In alto, a sinistra) Dove gli esercizi cerebrali sono parte del gioco.

(A destra) Qui il culto del corpo viene dalla cultura.

(In basso) Finalmente un fitness studio dove di possa allenare il corpo e lo spirito. Claim: Zmork Fitness. Fitness, filosofia e arte.

Pag. 138-139, sport, Nike.

(Pag. 138, in alto) Estratto copy: Ti libri invece di camminare? Sei una Yoganista?

(In basso) Estratto copy: Fai segretamente concorrenza al tuo allenatore? Sei una competitorice?

(Pag. 139, in alto) Estratto copy: Il tuo sacco di sabbia ha un nome? Sei una Action Hero?

(In basso) Estratto copy: L'abbonamento al fitness studio ti costa piú dell'affitto? Sei una Gymaholic?

Pag. 140, sport, Nike.

(In alto) Non dipende dal sole nella tua faccia, dipende da te.

(In basso) Non dipende da lui, dipende da te. Campagna Nike.

Pag. 141, viaggi & tempo libero, Denver Zoo.

(In alto) Portate la vostra famiglia qui per vedere i grandi gatti. E non vi perdetevi la mostra piú

recente sui cani selvaggi africani. Pensate: gatti e cani. Tutti vivono insieme in perfetta armonia. Molto di quanto c'è fuori lo trovate esattamente qui.

(In basso) Portate la vostra famiglia qui per vedere le giraffe. I leoni. I gorilla. Vengono da tutto il mondo. Ma tutto quello che dovete fare per vederli é venire a Denver.

Pag. 142-143, viaggi & tempo libero, Panama Tourism.

(Pag. 142, in alto) I negozi di souvenir sono situati esattamente lí accanto. In Costa Rica.

(In basso) Okay, le vostre orme non saranno le prime su questa spiaggia. Ma ci sono buone possibilità che siano le prime in formato cross-trainer misura 44.

(Pag. 143, in alto) Abbiamo tutto quello che la maggior parte delle persone vuole da una vacanza. Eccetto la maggior parte di persone.

(In basso) In una giornata particolarmente chiara si può guardare fino al 16.esimo secolo. Pay-off: Panama. Il sentiero poco usato.

Pag. 144, viaggi & tempo libero, Washington State Tourism.

(In alto) La lotteria geografica non é sempre leale.

(In basso) Dopo un pó vi fanno male le sopracciglia. Campagna di promozione turistica per lo Stato di Washington.

Pag. 147, classici.

Moda autunnale. Manifesto olandese dell'anno 1964 per un grande magazzino di Amsterdam. De Bijenkorf é fornitore di corte di Santa Claus. Manifesto olandese dell'anno 1961 per un grande magazzino di Amsterdam.

.