

## Lürzer's Archiv 4/03

### **Pag. 9-10, accessori, Titan Industries.**

(Pag. 9, in alto) Claim: *L'orologio piú sottile dell'universo.*

(In basso) *Se volete vedere quanto é sottile l'orologio piú sottile dell'universo, sfogliate la pagina lungo la linea tratteggiata.*

(Pag. 10, in basso) *Un paio di righe per presentare la nostra nuova collezione di orologi.* (Gioco di parole: "Lines" sono "le linee" e le "righe") Claim: *Titan Edge. l'orologio piú sottile dell'universo.*

### **Pag. 11, audio & video, TMN.**

*Trova la tua frequenza (sintonizzati) dovunque tu sia.* Campagna per telefoni cellulari con ricezione radio.

### **Pag. 13, autoveicoli, accessori, Honda.**

*Angoli nascosti di questo mondo aspettano di essere scoperti ma per trovarli, non bisogna abbandonare la civiltá...* Claim: *Honda. La forza dei sogni.*

### **Pag. 14-15, autoveicoli, accessori, Dainese.**

*Collezione autunnale* (Gioco di parole: "Fall" significa "autunno" ma anche "caduta") Campagna per abbigliamento motociclistico.

### **Pag. 18-19, autoveicoli, accessori, Chrysler.**

In italiano.

### **Pag. 19, autoveicoli, accessori, Mitsubishi Motors.**

(In basso) *Mitsubishi Montero. Un'auto familiare a seconda di cosa intendiate per famiglia.*

### **Pag. 20-21, autoveicoli, accessori, Volvo.**

(Pag. 20, in alto) *Molto spazio nel sedile posteriore per una intera famiglia- o per formarne una.*

(In basso) *Fintanto che esistono auto come questa esisteranno persone che vogliono diventare "valets" ("Valets" sono impiegati in hotel e ristoranti di lusso americani che parcheggiano le auto dei clienti)*

(Pag. 21, in alto) *Anche 4000 anni piú tardi, le civiltá continuano a erigere monumenti in onore del sole.*

(In basso) *Scuolabus. Limousine. Furgone. Osservatorio astronomico. Claim: Volvo. Per la vita (o: Per tutta la vita)*

**Pag. 24, autoveicoli, accessori, Lexus.**

(In alto) *LX 470 con trazione a quattro ruote: prossimamente in vendita.*

(In basso) *Andate ovunque vogliate. Nuova LX 470 fuoristrada con trazione a quattro ruote.*

**Pag. 25, autoveicoli, accessori, Volvo.**

(In alto) *Tutti quelli che vogliono vedere la nuova Volvo con trazione a quattro ruote, alzino la mano!!*

(In basso) *Trovare la miglior limousine con trazione a quattro ruote non é facile. Bisogno di una mano? (Campagna per il sito internet dove si puó ammirare la nuova Volvo.)*

**Pag. 25, autoveicoli, accessori, Volvo.**

*La nuova Volvo Cross Country. Non é possibile scappare piú velocemente dalla routine quotidiana. (Tra gli innumerevoli concetti sparsi dappertutto: contabilitá, concorrenza, computer, congressi, regole, boss, crisi ecc.)*

**Pag. 27, autoveicoli, accessori, Petrobas.**

(In basso) *Non é facile, produrre benzina che corrisponda alle esigenze di una macchina sofisticata come quella degli esseri umani.*

**Pag. 28, autoveicoli, accessori, Lexus.**

(In alto) *Dunque mi ritrovavo seduto faccia a faccia con la mia tigre della Malesia- (riga successiva) astice in salsa di burro e aglio.*

(In basso) *L' anaconda si attorcigliava sempre di piú. Io avevo bisogno di aria. Allora ho messo il DVD su "pausa" e sono uscito dall'auto. Claim: GX di Lexus. Un nuovo tipo di avventura.*

**Pag. 29, banche, assicurazioni, BMO Financial Group.**

Estratto copy: *A prima vista le persone sembrano forse simili. Se si guarda però da vicino, si noterá che ogni persona é unica...( Poi indicazione di tutte i servizi finanziari offerti dal gruppo finanziario BMO) Claim: Per il mondo nel quale vivete.*

**Pag. 30, banche, assicurazioni, First Health.**

(In alto) Estratto copy: *Come sarebbe se la vita vi passasse davanti agli occhi subito dopo la nascita. Conoscereste subito il futuro che Vi aspetta. Non ci sarebbero momenti di insicurezza. Ma neanche sorprese....*

(In basso) Estratto copy: *Se esistesse una prima visione della nostra vita, andremmo a vederla? Vorreste sapere tutto ciò che Vi aspetta? Né incidenti né malattie Vi sorprenderebbero come neanche un complimento....* Pay-off: *Per saperne di piú sulla assicurazione malattie che vi arma contro le imponderabilità della vita, visitate il sito [www.....](http://www.....)*

**Pag. 31, banche, assicurazioni, Royal Bank of Scotland.**

*Pochi discorsi/Poche parole.* Campagna per la Royal Bank of Scotland.

**Pag. 32, banche, assicurazioni, Ing/Antai Insurance.**

(In alto) *Il futuro di un bambino é pieno di possibilità.*

(In basso) *Ogni adulto é stato il tesoro di mamma e papá.* Claim: *Per proteggere le speranze e i sogni dei vostri figli non aspettate che vi restino dei soldi in piú. Fate di piú.* Campagna per una assicurazione.

**Pag. 33, bevande alcoliche, Jim Beam.**

(In alto, a sinistra) Campagna per diverse bevande alcoliche di Jim Bean dai nomi strani. Questa per esempio: *Canaglia/porco.*

(A destra) *Facocero.*

(In basso, a sinistra) *Testa di bue*

(A destra) *Rospo nero.*

**Pag. 34-35, bevande alcoliche, Red Brick Ale.**

(Pag. 34, in alto) *Speriamo che il tuo pub abbia pavimenti comodi.*

(In basso) *Per favore ricordati di bere responsabilmente. Utilizza un sottobicchiere.*

(Pag. 35, in alto) *Garantita per migliorare le tue capacità di abbordaggio. Secondo la tua opinione.*

(In basso) *Quello che succede dopo é una questione tra te e il tuo sacerdote.*

**Pag. 36, bevande alcoliche, Hennessy.**

(In alto, a sinistra) *Ho opinioni decise. Ho imparato dai miei errori. Ho avuto delle pubblicazioni. Ho percorso la Route 66 con la moto. Ho sempre mantenuto la mia parola.*

(A destra) *Ho piú amici che nemici. Ho una copia firmata di "Kind of blue"*

(Opera miliare di Miles Davis) *Ho una coscienza. Ho molte storie da raccontare. Non rimpiango niente.*

(In basso) *Ho letto tutto quanto Langston Hughes abbia mai scritto ( Langston Hughes é un lirico di colore americano morto nel 1967) Ho preso una Homerun Ball. Sono stato intelligente abbastanza da non essere stupido. Ho una coscienza. Ho messo famiglia e amici sempre al primo posto. Pay-off: Siete privilegiati?*

**Pag. 37, bevande analcoliche, Maxim Cappuccino.**

*Ossessione Cappuccino.*

**Pag. 38, bevande analcoliche, Starbucks.**

*Estate subito - con ogni Frappuccino.* Campagna per una specialità estiva di cappuccino, offerta da Starbucks.

**Pag. 39, bevande analcoliche, Nestlé.**

(In alto, a sinistra) *Rafforzare.*

(A destra) *Ricaricare.*

(In basso) *Riempire.* Campagna per il latte "Bärenmarke" che gioca con figure della mitologia indù.

**Pag. 40, bevande analcoliche, Coca-Cola.**

(In alto) *Fare il tunnel significa far perdere di vista alla difesa - tra le altre cose - la palla, gli attaccanti e la sua dignità.*

(In basso) *Una rete di testa significa farla vedere a tutti gli avversari. Compreso Newton e la sua mela legendaria.*

**Pag. 41-42, computer, Hewlett Packard.**

(Pag. 41, in alto) *La mia stampante ha comprato un biglietto per Barbados. Ha scannerizzato il mio passaporto, mandato per fax una prenotazione e ha stampato un biglietto di prima classe per Barbados. Beh, qualcuno doveva pur utilizzarlo. Ma al mio ritorno gliene ho dette quattro.*

(In basso) *La mia stampante mi ha domandato di poter vedere una volta poteva una copisteria. Non voleva credere che c'erano tempi in cui la gente é andata in posti dove poter scannerizzare su differenti macchine, mandare fax e stampare. Gli ho mandato un fax dove c'era che una volta le persone non potevano neanche stampare le proprie foto. Anche a questo non ci voleva credere.*

(Pag. 42, in alto) *La mia stampante mi aiuta con la mia ditta di arredamenti d'interni. Sa stampare progetti e scaricarli con il mio PC sulla mia pagina Web. Una notte la stampante ha scannerizzato i suoi progetti e li ha mandati per fax a una mia cliente. Le sono piaciuti molto. Io ho detto che erano i miei.*

(In basso) *La mia stampante é pazza dei ragazzi. Scannerizza foto di teenager e stampa articoli su rendezvous. Lei e le sue amiche stampanti a turno mandano*

*un fax alla stampante (ragazzo) di fronte e riattacano velocemente. Il mio vicino pensa che sia io. Claim: Più stampante di quanto aveste immaginato.*

**Pag. 43, cosmetici, Neutrogena.**

(In alto, a sinistra) *Emulsione per il corpo.*

(A destra) *Crema per i piedi.*

(In basso, a sinistra) *Balsamo per labbra.*

(A destra) *Crema per le mani.* Annuncio per diversi prodotti Neutrogena.

**Pag. 44, cosmetici, Silk Lady Shaver.**

*Schick Lady Protector con esclusive lamette microfini rende la vostra pella liscia e delicata proteggendola.*

**Pag. 45, intrattenimento, Playstation2.**

(In alto) Print Grand Prix Cannes 2003.

**Pag. 47, moda, Levi's.**

Claim: *Levi's. Tagliati per te. (O: Tagliati su di te)* Titolo di copertina

**Pag. 48, moda, Grendene Calcador.**

(In alto) *Incredibile ma vero: tutto di plastica. Solo lei é in carne e ossa.*

(In basso) *Le scarpe non sono di cristallo perché nessuna principessa vuol rinunciare alle sue comodità.* Campagna con la supermodel Gisele Bündchen che pubblicizza qui le scarpe di plastica della marca Giz molto popolari in Brasile.

**Pag. 52-53, moda, Miss Sofi.**

(Pag. 53) *Cambiate la direzione del vostro sguardo.*

**Pag. 55, alimentazione, McDonald's.**

*Mega Mac.*

**Pag. 56-57, alimentazione, Sunkist.**

*Vivere sano mi rende allegro.* Campagna per le arance della marca Sunkist.

**Pag. 57, alimentazione, Knorr Loong Tong.**

(In basso) Poster per zuppe pronte.

**Pag. 58, alimentazione, nesVita.**

(In alto) *Guarda chi muore di fame.*

(In basso) *Quasi morta di fame.* Campagna per un prodotto dietetico ad azione saziante. Il packshot appare sotto una piegatura apribile.

**Pag. 59, alimentazione, McDonald's.**

*Rimanete in forma. Nuovi menu con insalata di Mcdonald's.*

**Pag. 61, mobili, arredamenti, Retromodern Furniture.**

(In alto) *Questo annuncio non dice niente di "cool". Né di divertente. Né di intelligente. Mostra semplicemente una cosa importante: é impossibile ignorarlo. Proprio come i nostri mobili... non mendicano per avere l'attenzione. Come appena dimostrato, non ne hanno bisogno.*

(In basso) *Questo annuncio non ha niente di affascinante. Niente parole stampate in grassetto, né colori sgargianti. Niente headline roboanti, neanche un punto esclamativo. In altre parole: libero da tutte le cianfrusaglie. Proprio come i nostri mobili...*

**Pag. 62-63, mobili, arredamenti, Joe's Upholstery.**

Campagna per mobili imbottiti.

**Pag. 64-65, mobili, arredamenti, Mobalpa.**

(Pag. 64, in alto) *Per evitare questo tipo di incubo, c'è un cassetto.*

(In basso) *Anche Voi avrete la sensazione di aver tutto a portata di mano (letteralmente: sulle punte delle vostre dita)*

(Pag. 65, in alto) *Abbiamo tutto per arredarlo.*

(In basso) *Un cattivo design in cucina si fa notare subito. Claim: Abbiamo tutte le soluzioni giuste.* Campagna per un produttore di cucine e arredamenti per bagni.

**Pag. 68-69, articoli per la casa, Nippon Paint.**

(Pag. 69, in alto) Claim: *Nippon extra-V- extra brillante.* Campagna per colori per pareti.

**Pag. 72, articoli per la casa, Zippo Windproof Lighters.**

Pubblicità "ambient- media" per accendini a prova di vento installata sul tetto di un taxi.

**Pag. 72-73, articoli per la casa, Morphy Richards.**

*Pensare a qualcosa. Procurarsela.* Campagna per piccoli elettrodomestici.

**Pag. 74-75, articoli per la casa, Raid.**

*Le zanzare Vi fanno diventare matto?* Campagna per un insetticida.

**Pag. 75, articoli per la casa, Trika.**

(In basso) *Mai piú rughe/pieghe.* (In inglese é la stessa parola) Annuncio per un apprettatore.

**Pag. 76, articoli per la casa, Off!**

*Insetticida Off. Per quei punti difficili dove solo le zanzare arrivavano.*

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

*Il miglior contenitore mai prodotto.*

**Pag. 78-79, articoli per la casa, Streamlight.**

Campagna per lampade tascabili.

**Pag. 80, articoli per la casa, Try.**

Campagna per un gel lubrificante.

**Pag. 81, miscellanea, Sintra Toy Museum.**

Campagna per un museo di giocattoli.

**Pag. 82-83, miscellanea, Taylor Guitar.**

(Pag. 82, in alto) Estratto copy: *Da Denver a Los Angeles. Due giorni in auto con sua sorella. E senza la sua chitarra Taylor. 1000 miglia e neanche un accordo....*  
(In basso) *Doveva essere un viaggio di due giorni. Non c'era motivo di portare con sé la sua chitarra Taylor. Poi l'arrivo dell'inverno. 30 cm di neve durante la notte, tutti i voli cancellati. Chiamó sua moglie "Mi sento cosí solo" disse "come sta la mia chitarra ?"*

(Pag. 83, in alto) *Cinque lunghi giorni nello chalet dei suoceri. 6 persone, un bagno. Nessun problema. Ma da cinque giorni deve farcela senza la sua chitarra Taylor. Va bene che lo spirito di sacrificio fa parte del matrimonio ma ciò é grottesco.*

(In basso) *Giovedì sera. Normalmente la sua serata preferita. Ma il batterista è dovuto andare in una altra città a causa di un congresso. Significa che il complesso non può provare oggi. Non per drammatizzare ma ciò lascia un vuoto che né "Friends" né "Emergency Room" riescono a colmare.* Campagna per la classica marca di chitarra Taylor.

**Pag. 85, cibo per animali, Palmera.**

(In alto, a sinistra) *Petreet Class. Con i gamberetti più fini.*

(A destra) *Petreet Class. Con salmone prelibato.*

(In basso) *Petreet Class. Con astice prelibato.*

**Pag. 87, manifestazioni, Full Frame.**

(In alto, a sinistra) *Il primo film dell'orrore del mondo: il treno arriva. Il treno parte. Fine.* Pay-off (tutti i motivi): *Quanta realtà potete sopportare?*

(A destra) *Il vento gli ha preso la terra e le case. Poi è venuto il sole e si è preso cosa era rimasto.*

(In basso, a sinistra) *Stasera il ruolo dell' "assassinato " viene preso da un assassinato.* Campagna per un festival di film documentari.

(A destra) *Ed il premio per gli effetti speciali va a.... U.S Air Force.*

**Pag. 89, case editrici, media, National Spanish Television.**

(In alto, a sinistra) *Queste due persone hanno lo stesso bisogno di imparare... hanno gli stessi sogni...non hanno gli stessi diritti.*

(A destra) *Queste tre persone non possono fermarsi...sono esauste..corrono per motivi diversi.*

(In basso) *Queste tre persone non hanno dormito per tutta la notte... Si trovano in una zona inquinata...hanno le stesse paure...hanno intenzione di rimanere proprio qui.* Pay-off (tutti i motivi) : *Dietro ogni storia di una notizia si nasconde un giornalista.* Campagna per il telegiornale della televisione spagnola.

**Pag. 91, case editrici, media, The Economic Times.**

*The Economist Times. La forza del sapere.*

**Pag. 92, case editrici, media, Vizoo Magazine.**

*Si, sono autentiche.* Campagna per una rivista Lifestyle per giovani uomini che non utilizza supermodelle siliconate per le serie di foto utilizzate.

**Pag. 93, vendita al dettaglio, Miss Lily Co.**

*Persone che amano i fiori sono belle dentro.* Campagna per un negozio di fiori.

**Pag. 94-95, vendita al dettaglio, Heals.**

Headline, traduzione approssimativa: *Perché lui/lei si è innamorata pazzamente in Heal's.* Campagna per il negozio di arredamento Heal's (La headline suona come la espressione inglese "head over heels")

**Pag. 98-99, vendita al dettaglio, The Duxbury Dollhouse.**

Campagna per un negozio di mobili in miniatura per case di bambole.

**Pag. 99, vendita al dettaglio, Compu-to-you.com.au**

Ambient-media.

**Pag. 100, vendita al dettaglio, Growing Up.**

(In alto, a sinistra) *Quando avrà 13 anni non vorrà piú che le stiate a una distanza entro i 50 metri. Cosa che renderá discorsi a quattr'occhi molto piú difficili.*

(A destra) *C'è solo un numero limitato di anni in cui potrà rompere un vetro e gli altri lo troveranno carino.*

(In basso) *Fino a 10 anni rimarrá piú attaccato a sua madre. A partire dai 14 alla sua ragazza. Praticamente avete solo 4 anni di tempo.* Campagna per Growing Up ("diventare adulti") un negozio di giocattoli ed accessori sportivi.

**Pag. 101, servizi, Cantor Fitzgerald.**

(In alto) *Speriamo non sarete mai costretti a scoprire di cosa siete fatti.* Estratto copy: *Ari Schonbrun, un contabile di Cantor Fitzgerald und eSpeed Vi può dire esattamente dove era l'11 settembre alle 8.45. Ve lo potrà dire personalmente.. Ha avuto fortuna. Si trovava al 78.piano del World Trade Center e stava aspettando l'ascensore per andare nel suo ufficio...*

(In basso) *Come riesci a tenere l'ufficio sotto controllo se l'ufficio é scomparso?*

(Il copy racconta di un impiegato di Cantor Fitzgerald e eSpeed che l'11 settembre aveva un giorno libero e ha visto l'attacco al WTC nel quale si trovava la sua ditta, in televisione) Campagna per un gestore di servizi.

**Pag. 103, servizi, Jan Kneiding.**

*Vogliamo che muoriate felici. Jan Kneiding servizi patrimoniali.*

**Pag. 104-105, servizi, André Meyer.**

(Pag. 104. in alto) *Carne, ossa e vanitá.*

(In basso) *Carne, ossa e personalitá.*

(Pag. 105, in alto, a sinistra) *Carne, ossa e audacia.*

( A destra) *Carne, ossa e fascino. Carne, ossa e seduzione.* Campagna per uno studio di piercing.

**Pag. 106, servizi, Paintpark.**

*Buon divertimento con il colore.* Campagna per un organizzatore di Paintball Event.

**Pag. 106, servizi, Detektei Gunkel.**

*Scopriremo la verità. Dura che sia.*

**Pag. 107, sport, Umbro.**

(In alto) *Se i tuoi calci di punizione in queste scarpette da calcio non sono molto buoni dipende dal fatto che i tuoi calci di punizione non sono molto buoni*  
(In basso) *Ogni passaggio andato a vuoto quando hai ai piedi scarpe XAI é il risultato del fatto che non sei molto bravo nei passaggi.*

**Pag. 108, sport, Konami Sports Club.**

*Vertice dei corpi di Tokyo.* Claim: *Per esigenti corpi di Tokyo.* Campagna lancio per un lussuoso sportstudio.

**Pag. 109-110, sport, Nike.**

*Non lo puoi vedere ma io si.* Campagna giapponese per Nike.

**Pag. 110-111, sport, Penn.**

*Il nuovo disegno in feltro Smart Optic di Penn rende la pallina 19 % piú luminosa e facile da colpire.*

**Pag. 112, sport, Nascar.**

(In alto) *Ci sono UFO che non lasciano mai il terreno.*  
(In basso) *I veri sportivi non si macchiano di erba.* Campagna per le auto da corsa NASCAR, molto popolari negli Stati Uniti.

**Pag. 113, viaggi & tempo libero, Natura Artis Magistra.**

*Fai amicizia con l'abbonamento annuale per Artis . ( Artis é lo zoo di Amsterdam).*

**Pag. 114-115, viaggi & tempo libero, Crystal Cruises.**

(Pag. 114, in alto) *I migliori piatti del mondo Vi aspettano a bordo della migliore compagnia di crociere del mondo.*

(In basso) *I migliori maggiordomi del mondo Vi aspettano a bordo della migliore compagnia di crociere del mondo.*

(Pag. 115, in alto) *Il miglior programma di intrattenimento Vi aspetta a bordo della migliore compagnia di crociere del mondo.*

(In basso) idem.

#### **Pag. 116-117, viaggi & tempo libero, The Burgundy Region.**

(Pag. 116, in alto) *In Borgogna solo l'uva é messa sotto stress.* (Gioco di parole: "pressé" significa "spremuta" ma anche " di fretta")

(In basso) *Ora di punta in Borgogna.*

(Pag. 117, in alto) *Seguite la guida.*

(In basso) *Uscite dal vostro guscio di lumaca.*

#### **Pag. 120, viaggi & tempo libero, Copacabana Palace Hotel.**

(In alto, a sinistra) *Schumacher e Barichello sono stati qui ma uno dei due ha avuto la stanza migliore perché é arrivato per primo.*

(A destra) *Einstein era un genio. Indovinate dove pernottava quando era a Rio?*

(In basso, a sinistra) *Sarete trattati come un re anche se siete solo un principe. Domandatelo al Principe Carlo.*

(A destra) *Prima di pernottare qui Orson Welles aveva girato 3 film. Dopo: 22.*

#### **Pag. 121, viaggi & tempo libero, Royal Caribbean.**

(In alto) *" Corsi di spinning a bordo: 7.30-8.30 e 16.00-17.00 " - Fatevi ispirare. Non potete sapere a cosa vi indurrá tutta la bellezza che vedrete.*

(In basso) *"Avete un appuntamento per il massaggio al collo alle 17.30"- Fatevi sopraffarre. Vedere qualcosa in foto é una cosa. Vederla dal vivo é un processo di riposo. Fortunatamente potete sottoporvici da noi a bordo...Campagna per la compagnia armatoriale Royal Caribbean International.*

#### **Pag. 125-126, viaggi & tempo libero, Wales.**

*Condizione originale.* Campagna turistica per il Galles nello stile di un annuncio immobiliare fatto da sé.

#### **Pag. 129-130, classici.**

(Pag. 129) Estratto copy: *Buh. L'unica cosa che é veramente spaventosa dell'energia atomica é il pensiero di dovercela cavare senza negli anni ottanta ....Annuncio del 1979 per energia nucleare.*

In questa e nella pagina seguente vedete produzioni classiche sotto la direzione di Harry Jacobs, direttore creativo della Martin Agency ( Leggete in proposito l'intervista di Mike Hughes in questo numero)

(Pag. 130, in alto) *Potreste avere 40.000 \$ di perdite se aspettate che una vecchia locomotiva muoia di morte naturale.*

(In basso) *Da cento anni i nostri studenti sono famosi per le loro fantasie.*

Annuncio per una scuola d'arte dell'anno 1986.

– Translation Tiziana Raimondo