

## Lürzer's Archive 2/04

### **Pag. 7, audio & video, Sony.**

*Cyber-shot U-60. La macchina fotografica subacquea.*

### **Pag. 9, autoveicoli, accessori, Ford.**

(In alto) *"Imparerò a controllarmi. A tenere per me le mie opinioni. L'unica parola di quattro lettere (in inglese perifrasi per una imprecazione) che emergerà dal mio taxi sarà "mate" (compagno, amico) in seguito a "dopo di Lei".*

(In basso) *"Accetto di utilizzare meglio il mio dito medio. Che il mio tir non è un megafono in movimento. Che non sei un perdente. O un debole. E neanche tua madre." Claim: Ford Fusion. L'utilitaria che pretende rispetto.*

### **Pag. 10, autoveicoli, accessori, Renault Megane.**

(In alto) *La nuova Megane cabrio-coupé con tetto di oche.*

(In basso) *La nuova Megane cabrio coupé con tetto di foglie*

### **Pag. 11, autoveicoli, accessori, Land Rover.**

---

### **Pag. 11, autoveicoli, accessori, Fiat.**

(In basso) *Fiat Stilo con parking sensor .*

### **Pag. 14, autoveicoli, accessori, Botnia Marin Oy Ab.**

*La "fuoristrada" dei mari.*

### **Pag. 15-18, autoveicoli, accessori, Volkswagen Polo.**

*Estremamente ben costruita. La Polo.*

### **Pag. 19, autoveicoli, accessori, Mercedes.**

(In alto) *Qui nessun incidente. 1.9.2002. 19.01h. Sottotitolo: AirMATIC DC evita che il Vostro corpo si sposti se l'auto prende una curva pericolosa. Mantenendo in questa maniera il pieno controllo, viaggiate sicuri e tranquilli. E non diventate oggetto di cronaca.*

(In basso) *Qui nessun incidente. 9.05.2003.22.46h. Sottotitolo: Active Light System significa che i fari si muovono con lo sterzo invece che con l'auto intera*

*cosí che il raggio di illuminazione aumenta del 90%. Questa era una statistica. Voi non lo diventerete.*

**Pag. 23, banche, assicurazioni, Intelligent Finance.**

(In alto, a sinistra) Estratto copy: *Un agente immobiliare apre in un anno 483 porte incastrate. Lavorate sodo per guadagnare i vostri soldi. Non pagate per un mutuo piú di quanto necessario...*

(A destra) Estratto copy: *Un parrucchiere finge ogni anno interesse per 1432 mete turistiche. Lavorate sodo per guadagnare i vostri soldi...*

(In basso, a sinistra) Estratto copy: *Un' assistente di volo sorride 818 in ogni volo. Lavorate sodo per guadagnare i vostri soldi...etc . Pay-off: Intelligence Finance. Fintanto che i soldi non crescano sugli alberi.*

(A destra) *Un corriere in bicicletta evita giornalmente 486 specchietti di auto al giorno.*

**Pag. 25, bevande alcoliche, Guinness.**

Headline approssimativa: *La crema si pone in cima.* (Gioco di parole: "Cream" é la "crema" come si usa dire anche in italiano "creme de la creme". Nel caso della birra di intende la schiuma.) Manifesto con il quale Guinness fa riferimento alla sua sponsorizzazione dei campionati mondiali di rugby.

**Pag. 26-27, bevande alcoliche, Absolut Vodka.**

(Pag. 26, in alto) *Assolutamente esigente.*

(In basso) *Assolutamente santitá .*

(Pag. 27, in alto) *Assolutamente stagionale.*

(In basso) *Assolutamente aureola.* Sviluppo della campagna per Absolut Vodka ormai di successo da oltre un decennio.

**Pag. 30, bevande alcoliche, Johnnie Walker.**

(In alto) *Distribuisce i giornali per sopravvivere. Impara da solo a leggerli. Comincia a scrivere per i giornali. Cambia in romanzi. I giornali scrivono di lui.*

(In basso) *Ti manca ogni direzione. Smettila di correre in cerchio. Dove vai da qui? Sei la miglior guida per vacanze di avventura che io conosca. Pay-off: Continua ad andare avanti.*

**Pag. 31, bevande alcoliche, Peter Wines.**

*Giocate con la fantasia.* Campagna per un outlet di diverse marche di vini.

**Pag. 32, bevande alcoliche, Merry Down.**

Campagna per un sidro il cui nome significa approssimativamente "felice sotto". Da ciò deriva il concetto della campagna con le figure capovolgibili a 180°.

**Pag. 34, bevande alcoliche, DB Breweries.**

*Quest'uomo si merita un DB.* Campagna per una birra.

**Pag. 35, bevande analcoliche, Suntory Sora.**

*Caffé leggero. Cielo splendente.*

**Pag. 36, bevande analcoliche, Coca-Cola.**

Claim: *Coca Cola rinfresca.*

**Pag. 37, cosmetici, LAT.**

(In alto, a sinistra) *I terribili metodi di tortura di un tempo: le orrende lamette.*

(A destra) *I terribili metodi di tortura di un tempo: la cera bollente.*

(In basso) *I terribili metodi di tortura di un tempo: le pinzette.* Campagna per un nuovo apparecchio per la depilazione in uso nei saloni di bellezza.

**Pag. 38, cosmetici, Dove.**

Campagna per uno shampoo particolarmente delicato sui capelli colorati.

**Pag. 38-39, cosmetici, Supre.**

(Pag. 38, in basso) *L'aveva trattata male ma una nuova oscurità* (si intende il colorito molto scuro ottenuto con l'uso dell'autoabbronzante pubblicizzato. N.d.t.) *ha rimediato alla cosa.*

(Pag. 39, in alto) *Era stata educata giustamente, ma l'oscurità chiedeva il suo tributo.*

(In basso) *E poi senza preavviso un innocente giovane contadino prese una svolta in direzione oscurità.* Campagna per una lozione autoabbronzante che regala un colorito particolarmente scuro.

**Pag. 42, cosmetici, Symrise.**

(In alto) *Prodotti funzionali.*

(In basso) *Sostanze attive.* Campagna per un produttore di sostanze cosmetiche.

Claim: *Symrise. Creare marche. Sostenere marche.*

**Pag. 44, cosmetici, Aquafresh Flex.**

*Pulisce persino i punti piú difficilmente raggiungibili anche dopo che lo avete buttato via.* Campagna per spazzolini da denti.

**Pag. 45, moda, Firma.**

---

**Pag. 46, moda, Maxwell Industries.**

*(In alto, a sinistra) Non portereste mai pantaloni di taglia sbagliata. Perché dunque portate un reggiseno sbagliato?*

*(A destra) Non portereste mai un orologio di dimensioni sbagliate. Perché dunque portate un reggiseno sbagliato?*

*(In basso) Non portereste mai occhiali di dimensioni sbagliate. Perché dunque portate un reggiseno sbagliato? Claim: VIP Feelings. Linea perfetta.*

**Pag. 47, moda, Diesel.**

*Ama la natura fintanto che ne rimane qualcosa.* La pagina doppia in alto mostra l'enorme manifesto nel quale si può vedere l'intera collezione primavera/estate di Diesel. Le immagini in basso ne mostrano dettagli.

**Pag. 48-49, moda, Pony.**

Campagna per scarpe della marca Pony.

**Pag. 50, moda, Tom Tailor.**

*Ognuno é per qualcuno altro un angelo.* Campagna per moda della marca Tom Tailor.

**Pag. 52, moda, Maruko.**

*Biancheria intima che sfida la forza di gravità.*

**Pag. 53, alimentazione, Big Rick's BBQ Sauce.**

*Mangia "grande"* (si riferisce a "big", "grande" che si legge sul nome della salsa per bistecche)

**Pag. 54, alimentazione, Acucar Da Barra.**

*Per amanti dello zucchero.* Campagna per un dolcificante.

**Pag. 55, alimentazione, The Catfish Institute.**

*(In alto) Curiosità per freakshow.*

(Al centro) *Troppo brutto per la scuola di bellezza. Primo della classe nella scuola di cucina.*

(In basso) *Che ironia che sia proprio ciò che mangiano i belli e i ricchi.*  
Campagna per pesce gatto.

**Pag. 56, alimentazione, Big Ben's Bakery.**

(In alto, a sinistra) *Mantenere la dignità dell' Impero Britannico ha portato al famoso "rigido labbro superiore" . Deliziose torte hanno invece provveduto ad un bavoso labbro inferiore .*

(A destra) *Delle donne inglesi si dice che siano meno che perfette a letto.- Fortunatamente non si può sostenere lo stesso in cucina.*

(In basso) *Il ritiro delle truppe militari britanniche da Singapore nel 1971 lasciò una serie di problemi economici e di sicurezza.- E per fortuna una serie di ricette per deliziose torte.* Campagna per una panetteria.

**Pag. 59, alimentazione, Wringley.**

( In alto, a sinistra) *Strani dolci da avere a tutti i costi? (gotta have)* Campagna per una gomma da masticare in strane combinazioni di gusto, come per esempio melone-uva....

**Pag. 59, alimentazione, Everfresh Mushrooms.**

*Dai tempi di Woodstock i funghi non hanno più provocato tanta eccitazione.* (In inglese "buzz" indica il parlare o l'eccitazione provocati da un certo avvenimento/cosa ma anche il ronzio o suono che si può verificare come effetto allucinogeno dovuto al consumo di droghe.) Campagna per funghi della marca Everfresh.

**Pag. 60, alimentazione, Dinho's Restaurant.**

(In alto, a sinistra) *Bistecca al sangue. Bistecca media. Bistecca ben cotta.*

(A destra) *Agnello al sangue. Agnello medio. Agnello ben cotto.* Claim: *Ci intendiamo di carne.* Campagna per un ristorante specializzato in bistecche./Steak restaurant.

**Pag. 60, alimentazione, Lembur Kuring Restaurant.**

(In basso) *Nel 1974 abbiamo aperto il ns primo ristorante. Nel 1979 abbiamo introdotto le posate.* Campagna per un ristorante specializzato in cucina sudanese. Claim: *Cucina sudanese di un'altra epoca ed in un ambiente dove il tempo sembra si sia fermato.*

**Pag. 61, alimentazione, Babybel.**

(In alto, a sinistra) *Con solo 12% di grassi ogni momento può essere il momento giusto per gustare formaggio.*

**Pag. 62, alimentazione, Blue Lobster Fish and Chips.**

*Polipo/gamberi/pesce impanati deliziosamente. Gioco di parole: "Batter" é l'impanatura, "battered" significa q.sa come "picchiato". Campagna per un ristorante di pesce.*

**Pag. 63-64, mobili, Saccaro Móveis.**

*(Pag. 63, in alto) La magia di un mobile viene dal design o dal materiale con il quale viene fatto. O da entrambi.*

*(In basso) Fare un mobile sorprendente é facile: si deve semplicemente estrarre dal legno tutto quel che é Saccaro .*

*(Pag. 64, in alto) All'inizio si vede solo un pezzo di natura alla fine tutto quello che si é sempre sognato.*

*(In basso) Ci vuole molto talento per dare forme ancora piú irresistibili a qualcosa creato dalla natura. Claim: Saccaro. I mobili che ogni casa vorrebbe avere*

**Pag. 65, articoli per la casa, Flexispray.**

*Headline (per tutti i motivi): Cosí bravo che trovate ogni motivo per utilizzarlo. Campagna per rubinetterie.*

**Pag. 66, articoli per la casa, Klabin.**

*(In alto) Rotoli di carta per cucina Chifon. Piú che forza assorbente. Forza aspirante.*

**Pag. 66-68, articoli per la casa, Streamlight.**

*(Pag. 67) Guarda cosa succede veramente fuori. Campagna per torce elettriche.*

*(Pag. 68) Tu sei qui. Campagna per pile tascabili.*

**Pag. 69, articoli per la casa, Weru.**

*Finestre isolanti Weru. Finestre e porte per la vita.*

**Pag. 72-73, articoli per la casa, Bruguer Paintings.**

*Cambia i colori. Cambia la vita. Campagna per colori e vernici della marca Bruguer.*

**Pag. 74, articoli per la casa, Ecover.**

*Lavaggio ecologico.*

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

(In alto) *Un tempo abbiamo prodotto panche per chiese. Da allora siamo alla ricerca della perfezione nel nostro lavoro.*

(In basso) *Perché una finestra non può essere un capolavoro, come il paesaggio che incornicia? Pay-off: Scoprite le finestre più ispiranti del mondo su [www.loewen.com](http://www.loewen.com).*

**Pag. 76-77, articoli per la casa, AV Interior Design.**

*La natura ha ispirato l'illuminazione.*

**Pag. 78, articoli per la casa, Flexa.**

Manifesto per una collezione di colori e vernici chiamata "Locale Havana". In lontananza i secchi di vernice formano il viso di Che Guevara.

**Pag. 78, articoli per la casa, Dupont Hollofil.**

*Il cuscino ergonomico di Hollofil riduce il russare fino al 77% dei casi.*

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

Campagna per un' insetticida.

**Pag. 83-84, forniture industriali, ABPO.**

(Pag. 83, in alto) *Il posto più sicuro in cui il vs prodotto si sia mai trovato. O.K. il secondo più sicuro.*

(In basso) *Nessuno compra un frigo che non riesca neanche a mantenere il suo design.*

(Pag. 84, in alto) *La buccia della buccia.*

(In basso) *La merce rovinata rimane per giorni in agonia sugli scaffali.* Campagna per un produttore di imballaggi.

**Pag. 87, miscellanea, The Cincinnati Fire Museum.**

(In alto, a sinistra) *Proteggere e servire.*

(A destra) *Vigile del fuoco* (letteral. lottatore del fuoco)

(In basso) *Motore nr. 1.* Campagna per un museo di Cincinnati dedicato ai vigili del fuoco.

**Pag. 88, miscellanea, Schuhfabrik van Elten.**

*Calzature di sicurezza.*

**Pag. 89, ufficio, Hewlett Packard.**

(In alto) *Forte*

(In basso) *73 anni di colore inalterabile. Claim: La carta rende il print qualcosa di speciale.*

**Pag. 91, cibo per animali, Whiskas.**

---

**Pag. 93, prodotti farmaceutici, Levitra.**

*Levitra. Contro la disfunzione erettile.*

**Pag. 94, prodotti farmaceutici, Pepfiz Lemon.**

(In alto, a sinistra) *Compresse effervescenti al gusto di arancia.*

(A destra) *Compresse effervescenti al gusto di limone. Campagna per compresse effervescenti contro i disturbi di stomaco.*

**Pag. 94, prodotti farmaceutici, Pfizer Nicorette.**

---

**Pag. 95, prodotti farmaceutici, Ranbaxy Global.**

*Date addio alle rughe con la forza naturale dell'aglio. Campagna per pillole all'aglio.*

**Pag. 98-99, prodotti farmaceutici, Nicorette.**

(Pag. 98, in alto) *La maniera piú popolare per farla finita con le sigarette. La gomma alla nicotina piú venduta nel mondo.*

(In basso) *Fatela finita a poco a poco con le sigarette. Avete doppia probabilità di riuscita con Nicorette.*

(Pag. 99, in alto) *Fatela finita con le sigarette. E tenete il peso sotto controllo.*

**Pag. 100, prodotti farmaceutici, Ouch! Plasters.**

(In alto, a sinistra) *Stazione di atterraggio sulla luna.*

(A destra) *Uncino da pirata.*

(In basso, a sinistra) *Sottotazza volante.*

(A destra) *Criptonite. Campagna per "Ouch!" cerotti per bambini.*

**Pag. 101, case editrici, media, The History Channel.**

(In alto, a sinistra) *"Ho fatto sí che l' Hot Toddy di Mrs Croppens fosse l'ultimo"*

(Un "Hot Doggy" é una bevanda alcolica da bere per facilitare il sonno).

(A destra) *"Vostro Onore io non ero vicino al prato."*

(In basso) *"Sono stato l'ultimo a vedere in vita la vittima di Jack lo Squartatore"*.  
Pay-off: *Ascoltate lo stato delle prove. La notte del giallo. Ogni mercoledì a partire dalle 20.00.* Campagna per un programma di History Channel.

**Pag. 102, case editrici, media, 90.5 The Edge.**

(In alto) *I Backstreet Boys, 'N Sync e O-Town. Quando le donne incinte non fumano la società ne paga il prezzo.*

(In basso) *Naturalmente vorremmo vedere anche noi Mariah Carey "unplugged" ammesso però che giaccia nella stazione intensiva ("Unplugged" è un programma di MTV nella quale popstars danno le migliori prestazioni acustiche, ma significa anche "senza spina")* Campagna per una stazione radio.

**Pag. 103, case editrici, media, MTV.**

*Lo pensi. Lo fai. Fai domanda per diventare regista di cortometraggi MTV.*

**Pag. 104, case editrici, media, ESPN HD.**

(In alto) *Vivi Major League Baseball su ESPN HD.*

(In basso) *Vivi National Football League su ESPN HD.* Campagna per un canale sportivo.

**Pag. 105, case editrici, media, Junge Karriere.**

(In alto) *Usaci. Altimenti vieni usato.*

(In basso) *Non aspettare troppo a diventare ricco. Claim: Bisogna solo sapere come si fa. (sottotitolo: C'è solo una rivista per lo studio, la professione e le prospettive. Junge Karriere(giovane carriera)*

**Pag. 106, case editrici, GWP media-marketing.**

*Il vostro marchio si merita di meglio: print advertising.*

**Pag. 107, vendita al dettaglio, Good Records.**

(In alto, a sinistra) *Cordone ombelicale audio.*

(A destra) *Sprofondare in onde sonore. Più si va in profondità, più diventa facile respirare.*

(In basso) *Da ogni parte della tua testa hai una bocca affamata che aspetta di venir sfamata.* Campagna per un negozio di dischi.

**Pag. 108-110, vendita al dettaglio, Coco de Mer.**

*Come è il tuo ?* Campagna per una catena di negozi erotici.

**Pag. 111, vendita al dettaglio, Fairy's Inc.**

(In alto, a sinistra) *Qualche volta non é solo il pensiero che conta.*  
(A destra) *Solo i diamanti sanno dire "ti amo".*  
(In basso) *Regalarle una qualsiasi altra cosa potrebbe nuocere alla tua salute.*  
Campagna per un gioielliere.

**Pag. 113, servizi, Bullet Express.**

Campagna per un servizio corriere. (tipo Ponyexpress ma in bicicletta. N.d.t.)

**Pag. 114-115, servizi, Nortel Networks.**

(Pag. 114, in alto) *Come si chiedono informazioni stradali se si arriva in luoghi dove non c'è mai stato uomo?*  
(In basso) *E`un fiume, scorre attraverso la vs azienda, sul suo cammino cambia la forma di tutto e lo unisce da un capo all'altro.*  
(Pag. 115, in alto) *La risposta si nasconde, trovala, l'opportunità sta scappando, acciappala, il futuro sta arrivando, abbraccialo.*  
(In basso) *I cassetti possono essere ignorati, i muri abbattuti, le corde spezzate, le porte aperte. Benvenuti dall'altra parte del recinto.* Campagna per un gestore di soluzioni per la rete nel campo delle telecomunicazioni.

**Pag, 116, servizi, Gupta Dental Care.**

---

**Pag. 116-117, servizi, El Siberita.**

(Pag. 116, in basso) *Lumache al Porto.*  
(Pag. 117, in alto) *Torta di panna alle noci.*  
(In basso) *Torta di formaggio al mascarpone e lamponi.* Campagna per un servizio catering. Claim: *El Sibarita. Uno chef a casa tua.*

**Pag. 119, temi sociali & ecologici, Hutchison Essar Telecom.**

*Non telefonate mentre guidate.*

**Pag. 120, temi sociali & ecologici, Christoffel Blindenmission.**

(In alto) *www. donate-luce-agli-occhi.de*

**Pag. 120-121, temi sociali & ecologici, NSPCC.**

( Per tutti i motivi) *Se non puoi parlare degli abusi subiti, parla con noi.* Pay-off: *Parlarne aiuta a porre fine al tutto.* L'ultimo annuncio é una pagina doppia di una rivista con i punti metallici posti sulle labbra dei due ragazzi al centro.

**Pag. 123, temi sociali & ecologici, Der kleine Nazareno.**

*Un paradiso per i ragazzi di strada brasiliani: il villaggio dei bambini Nazareno.*

**Pag. 124, temi sociali & ecologici, Medicos Sin Fronteras.**

*(In alto) : Oggi il nostro volontario aiuta le vittime di una terribile inondazione. Cercalo vicino alla diga che sta per crollare. Sebbene si debba occupare anche della famiglia sull'albero e dell'uomo che viene portato via dalla corrente. Se non lo trovi dipende forse dal fatto che ha bisogno di piú aiuto.*

*(In basso) Oggi il nostro volontario aiuta le vittime di un terribile terremoto che ha distrutto una intera città...Pay-off: Chiamate 902 25 09 02 ed aiutate Medici senza Frontiere.*

**Pag. 125, temi sociali & ecologici, Rode Kruis.**

---

**Pag. 127, sport, Atlas Cycles India.**

---

**Pag. 128, sport, Bolera Imperial.**

*Extrem Bowling. Ogni venerdì alle 21.00.*

**Pag. 129, sport, Russell.**

*(In alto) Certamente testiamo i nostri prodotti. Accendete semplicemente ESPN (Canale sportivo americano).*

*(In basso) La nostra prima t-shirt sportiva andava a pennello per National Basketball Association (NBA). Abbiamo dovuto aspettare 57 anni prima che ci fosse un NBA.*

**Pag. 130-131, sport, Asics.**

*(Pag. 130, in alto) Siamo ASICS GEL Invasion. Siamo scarpe da tennis con 10 differenti tecnologie. Ciascuna. Domanda ai tuoi piedi se davvero é necessario. Hanno 26 ossa e 40 articolazioni. Ciascuno.*

*(In basso) Siamo ASICS GEL -Kayano. Abbiamo vinto piú riconoscimenti/premi di qualsiasi altra scarpa al mondo. Okay, forse ci sono scarpe che hanno vinto piú premi . Premi per la pubblicitá.*

(Pag. 131, in alto) *Siamo ASICS GEL-Consequent H2O. Siamo scarpe da Walking. Siamo resistenti all' acqua e la fango. Vi racconteremmo volentieri tutto quello che potete fare con noi. Ma é troppo sporco per un annuncio pubblicitario.*  
(In basso) *Siamo ASICS GEL-DS Racer. Siamo scarpe da jogging. Non possiamo darti "street credibility". Possiamo correre con te 42.195 Km per New York inseguiti da circa 30.000 persone che vogliono batterti. Okay, forse possiamo darti una "street credibility"*

**Pag. 135-136, classici.**

(Pag. 135, in alto a sinistra) Annuncio thailandese degli anni 20 per una grande drogheria cinese.

(A destra) Annuncio thailandese degli anni 30 per Budweiser. Headline: *Bevi 5 giorni Budweiser e dimenticherai ogni altra birra.*

(In basso) Poster thailandese degli anni 20 per una drogheria di Bangkok a quel tempo famosa, sul quale si pubblicizza una pomata lí in vendita.

Su questa e la pagina seguente vedete dei classici annunci thailandesi. Mille grazie a Jureeportn Thaidumrong Executive Director di Saatchi & Saatchi Bangkok per l'aiuto fornito nella scelta.(Vedi anche l'intervista su questo numero.)

(Pag. 136, in alto a sinistra) Pubblicitá thailandese degli anni 20. Headline: *Al giorno d'oggi si fumano sigarette della Siam Tobacco Company.*

(A destra) Annuncio per Mae Khong Whiskey che dalla fine degli anni 60 fino a poco tempo fa é stato attivato in riviste thailandesi. Headline: *Che sollievo!*

(In basso) Poster anti tabacco degli anni 30. Copy: *Gettare i soldi nell'acqua é davvero meglio che fumare tabacco. Perché prima o poi qualcuno potrebbe vedere il soldi nuotare in superficie, ripescarli ed utilizzarli. Fumare tabacco trasforma soldi in cenere e nessuno ne approfitta.*