

Lürzer's Archive 05/04

Pag. 11, accessori, Francesco Biasia.

Francesco Biasia. Borse, non giocattoli.

Pag. 12-13, accessori, Alain Mikli.

(Pag. 12) *Alain Mikli. Gli occhiali che ti fanno desiderare di dover metter gli occhiali.*

(In alto, a sinistra) *Capello, capello, capello. Occhio. Occhio. Capello, capello. Capello bianco ma nessuno lo nota perché tutti guardano gli occhiali.*

(A destra) *Occhio. Occhio. Naso corretto chirurgicamente ma nessuno lo nota perché tutti guardano gli occhiali.*

(In basso) *Occhio. Occhio. Denti brutti ma nessuno lo nota perché tutti guardano gli occhiali. Campagna per occhiali di Alain Mikli.*

Pag. 16, accessori, Thiele.

Le lenti a contatto non passeranno mai di moda.

Pag. 17-20, autoveicoli, accessori, BMW.

(Pag. 17, in alto) *Abbronzatura piú accentuata. Capelli piú corti. Controllare la crescita della barba. Stirare la camicia. Vestito piú sportivo. Manicure. BMW 3 Series cabrio. Il mondo vi guarda.*

(In basso) *Colpi di luce nei capelli. Trucco piú chiaro. Piú delicato. Unghia piú lunghe. Abbronzatura piú intensa. BMW 3 Series Cabrio. Il mondo vi guarda.*

(Pag. 20, in alto) *Nuova BMW K 1200 LT. Migliora il tuo standard di viaggio.*

Pag. 20-21, autoveicoli, accessori, Volkswagen.

(Pag. 20, in basso) *Airbag da tutte le parti dell'auto. Non abbiate paura.*

(Pag. 21, in alto) *Un dispositivo che sa qual'è la marcia che metterai. Non abbiate paura.*

(In basso) *Un'auto cosí intelligente che si preoccupa di consumare meno benzina. Non abbiate paura.*

Pag. 22, autoveicoli, accessori, Lamborghini.

(Dall'alto in basso) *Neanche Mussolini aveva tanta potenza /forza ("Power" significa "potenza"/"forza" e "potere")*

Vi rimangono ancora due desideri.

Una volta ne avete posseduta una. Ma poi vi siete svegliati.

Inspirare. Espirare. Inspirare. Espirare.

Pag. 23, autoveicoli, accessori, Volkswagen.

(In alto) *Votato come miglior fuoristrada del mondo. VW Touareg.*

(In basso, a sinistra) *Protezione corporea.*

(A destra) *L'auto importata piú amata in Giappone.*

Pag. 26, autoveicoli, accessori, FIAT.

Dobló Adventure di FIAT: una nuova vita per R\$ 45.360.

Pag. 28, autoveicoli, accessori, Volkswagen.

(In alto) *6 airbag di serie (equipaggiamento di base). Touran.*

Pag. 28, autoveicoli, accessori, Land Rover.

Pag 29, banche, assicurazioni, ADT.

Sempre presente. (Sempre lí.) Campagna per una assicurazione

Pag. 32-33, banche, assicurazioni, Reaal Insurance.

(Pag. 32, in alto) *Esiste una possibilità di 9,1% che troviate un foglio di carta. Backoffice snon cartaceo di Reaal, il realista nel campo delle assicurazioni.*

(In basso) *Esiste una possibilità del 100% che i vs clienti vogliano sapere quale sia il vs posizionamento. Assicurazioni universali di Reaal il realista nel campo delle assicurazioni.*

(Pag. 33, in alto) *Esiste una possibilità del 99,87% che non dobbiate cercare a lungo i documenti della assicurazione sulla vita. Al meeting point di Reaal, il realista nel campo delle assicurazioni.*

(In basso) *Esiste una possibilità del 98,3% che possiate offrire nell'arco di 5 minuti una ipoteca a vs potenziali clienti. Ipoteche con il supporto di Reaal, il realista nel campo delle assicurazioni. Campagna business to business delle assicurazioni Reaal.*

Pag. 35, bevande alcoliche, Heineken.

(In alto, a sinistra) *Meglio mettere in bocca i capelli lunghi di un estraneo che non aver mai provato il Pogo (Pogo é un ballo pieno di temperamento diventato famoso con il movimento punk alla fine degli anni '70)*

(A destra) *"Il traffico ti puó restare indifferente se suoni il basso ad alto volume"*

(In basso) *"Lodato sia il mio coraggio per essere stato vicino agli amplificatori del feedback!" Campagna per un festival rock e punk sponsorizzato da Heineken.*

Pag. 36-37, bevande alcoliche, Stella Artois.

(Pag. 36) *Abbiamo cercato in tutta Europa i migliori ingredienti. I migliori li abbiamo trovati 60 mt.sotto la ns fabbrica di birra. (Estratto: L'acqua può sembrare l'ingrediente meno importante in un bicchiere di birra...)*

(Pag. 37, in alto a sinistra) Estratto: *Non vi spaventate se ordinando una Stella Artois il barista tira fuori un coltello. Vuole solo tagliare la testa ("Head")/"testa" - nel caso della birra: "schiuma")*

(A destra) Estratto: *Uno dei piú seducenti profumi femminili che sia mai stato creato. E non viene da Parigi, Roma o New York. Parliamo qui del delicato profumo del luppolo femminile.*

(In basso, a sinistra) Estratto: *Avete sempre creduto che ci volesse molta abilità per fabbricare una birra? Dovreste vedere quanta abilità/esperienza ci vuole per versarla.*

(A destra) Estratto: *Solo gli ingredienti piú scelti sono in ogni bicchiere di Stella Artois. Silicio, acido borico e calcare, per esempio.*

Pag. 38, bevande alcoliche, Holsten Pils.

(In alto, a sinistra) *"I primi 432 sono andati bene. Ma devo ammettere che la routine mi ha creato problemi negli ultimi due anni."- Günter Vogt, birraio ,469 anni.*

(A destra) *"Hans sostiene di avere 473 anni. Ma io so che ne ha 475" - Niklas Dönhof, birraio, 457 anni. Pay-off: Prodotta ancora secondo il principio di purezza del 16esimo secolo.*

(A sinistra, in basso) *" Fino ad oggi ho avuto soltanto un giorno libero ed é dipeso dal fatto che Napoleone ha invaso il ns paese" -Hans Schulz, maestro birraio, 473 anni.*

(A destra) *"Sono nato in un tempo in cui si diceva 'non bere a cavallo'.- Hans Schulz, birraio 473 anni.*

Pag. 39, bevande alcoliche, Chateau Ste. Michelle.

(In alto, a sinistra) *Per quello che riguarda il Riesling dovremmo liberare i ns palati dalle opinioni precedenti.*

(A destra) *In verità abbiamo 11 sensi: vista, udito, gusto, olfatto, tatto, Cabernet, Merlot, Pinot Grigio, Syrah, Chardonney ed il probabilmente sottovalutato Riesling.*

(In basso) *Ci sono pochi posti dove la qualità della luce solare venga così apprezzata come in bocca. Campagna per un produttore di vino.*

Pag. 42, bevande alcoliche, Marques de Riscal.

Vino bianco Marques de Riscal . Non solo con pesce.

Pag. 43, bambini, Little David.

(In alto, a sinistra) *Le dovrei portare fuori, no?*

(A destra) Approssimativamente :*Non dovrebbero stare bene indosso?.* (Gioco di parole: "Zitten" oltre che "sedere/star seduto" significa anche "stare bene indosso")

Claim: *Scarpe per bambini con mani e piedi* (nel senso di "veri bambini")

Pag. 45, cosmetici, Rexona.

Solo? Campagna per un deodorante/antitranspirante.

Pag. 46, cosmetici, Zepharan.

(In alto) *Con capelli radi rischiate il cancro alla pelle.*

(In basso) *Con capelli radi rischiate la malaria.* Campagna per un prodotto di ricrescita di capelli.

Pag. 47, cosmetici, Daygum.

Nuovo: lavare i denti senza mani. Campagna per un chewin gum ad azione dentifricia.

Pag. 50, cosmetici, Dove.

Una pulizia a fondo lascia solo una pelle morbida. Annuncio per un prodotto struccante.

Pag. 50, cosmetici, Chap Stick.

Belle labbra fanno la differenza.

Pag. 51, moda, DNA.

Non le togliere mai. Campagna per scarpe della marca DNA. Claim: *Una parte di te.*

Pag. 52-53, moda, DSL.

(Pag. 52) Campagna per la marca 55 DSL dal titolo "Storie oscure- da leggere solo a casa" Il lungo testo é composto da poesie in rima con passaggi a volta ambigui a volte chiari. Traduzione (non in rima) di una poesia su una band di ragazze: *All'inizio c'era il caos, solo qualcosa da fine settimana poi scritte Stoney che sapeva davvero cantare. Le Snowblowers ebbero, malgrado le critiche degli specialisti, successo e le loro cattive maniere fecero notizia. Ida l'impertinente suonava la tuba e la suonava molto velocemente. Poi fece sesso con un groupie e dopo ebbe dolori nell'urinare/pisciare.. Ma le Snowblowers*

devono il loro successo a Helton Hallow e a tutte le mitiche ragazze che sanno come ingoiare.

(Pag. 53, in alto a sinistra) In questa poesia si tratta di una giovane donna chiamata Vera specializzata evidentemente nella vendita di sostanze non necessariamente legali.

(A destra) Al centro di questa poesia una storia di gelosia finita nel sangue.

(In basso) Una storia sul dito perduto e poi trasformato in salsiccia del figlio di un macellaio. Campagna per la marca 55 DSL dal titolo "Storie oscure- da leggere solo a casa"

Pag. 54, moda, Melissa.

(In alto) *Mi sono di nuovo tanto divertito con Melissa.* Campagna per scarpe della marca Melissa.

Pag. 54, moda, Bocage.

Pag. 55, moda, Blush Lingerie.

(In alto) *Questo venerdì 3,8 milioni di uomini quasi faranno sesso*

(In basso) *La scorsa notte 2,3 milioni di adolescenti hanno quasi perso la loro verginitá. Pay-off: Non farti sfuggire il momento giusto. Il reggiseno che si apre da davanti e da dietro.*

Pag. 58, moda, Mandi.

Abiti per uomo.

Pag. 59, moda, Perri Alley.

Come fatto dalla natura.

Pag. 60-61, moda, Levi's.

Uno stile (o anche un taglio/modello) per ogni storia. Campagna per modelli di jeans Levi's differenti.

Pag. 63, alimentazione, Weight Watchers.

(In alto) *Benvenuti alla taglia S.*

(In basso) *Fuga dalla taglia extra large*

Pag. 64-65, alimentazione, Wall's.

(Pag. 64, in alto) *Gli amanti "light".-Wall's Magnum Light. Mettilo su.*

(In basso) *Autentico. Il meglio di "Chocolate"- Wall's Carte D'Or.*

(Pag. 65, in alto) *D'Light*. ("Delight", "gioia, piacere") *Sapore pieno.* - Wall's Carte D'or Light.

(In basso) *I tre gradi del piacere.* Wall's Magnum Intense. Campagna per diversi tipi di gelato di Wall's nelle classiche copertine di LP stile anni '70.

Pag. 68-69, alimentazione, Houlihan's Restaurants.

(Pag. 68, in alto) *Dentro. Fuori. Romantico, no? Houlihan'S Nooner. Si pranza in 15 minuti o gratuitamente.*

(In basso) *Pagare per questo é cosí sexy.*

(Pag. 69 in alto a sinistra) *Niente coccole dopo. In compenso c'era un dolce.*

(A destra) *C'è del ketchup sul Suo colletto.*

(In basso) *È stato piú una cosa tipo "sveltina".* Campagna per offerte pranzo di una catena di ristoranti.

Pag. 70, alimentazione, Chefe Cuca Congelados.

Chefe Cuca Congelados. Surgelati per buongustai.

Pag. 71, alimentazione, Pain is Good.

(In alto, a sinistra) *Una serata romantica con fuochi d'artificio.* Pay-off (tutti i motivi): *Il dolore fa bene. Caldo aromatizzato (o anche piccante con aroma)*

(A destra) *Condisci i nacho piccanti senza bruciacchiarti le dita.*

(In basso, a sinistra) *Accendi le tue patate dentro i confini della città* (negli Stati Uniti i fuochi d'artificio sono proibiti all'interno delle città)

(A destra) *Trasforma burrito in botti di San Silvestro.* Campagna per salse particolarmente piccanti.

Pag. 72, alimentazione, Nautilus.

Annuncio per pesce in scatola.

Pag. 72, alimentazione, Zaeli.

Olive Zaeli. Essenziali.

Pag. 73, alimentazione, Magnum Light.

Pag. 73-76, alimentazione, Salt Lick BBQ.

(Pag. 73, in alto) *Ristorante barbecue "Tutto quanto potete mangiare"*

(Pag. 74, in alto) *Se vi entrasse la mamma di Bambi, la mangeremmo.*

(In basso) *Una volta un uomo ha donato una sua costola ed é abbastanza noto in che guaio si é messo.* Campagna per un steakhouse.

Pag. 77, alimentazione, Kellogg's.

Ovviamente un altro pazzo per "Crunchy Nut" (in inglese "nut" "noce"/"nociola" significa anche "fanatico". "pazzo per")

Pag. 79, articoli per la casa, Pattex.

Dal 1923.

Pag. 80-81, articoli per la casa, Docol.

Dal getto d'acqua escono testi di famose canzoni che si cantano volentieri sotto la doccia. Campagna per un produttore di rubinetterie. Claim: *Per bagni spettacolari.*

Pag. 81, articoli per la casa, Coral.

(In basso, a sinistra) Tutti i colori di Van Gogh ed un paio di piú.

(A destra) Tutti i colori di Warhol e un paio di piú. Campagna per colori e vernici della marca Dulux.

Pag. 82, articoli per la casa, Lumina.

Campagna per candele profumate.

Pag. 83, articoli per la casa, T-Fal.

(In alto) T-Fal. Il cibo non rimane attaccato (nel senso di non si brucia)

Pag. 83, articoli per la casa, PURE Water Purifier.

Fede- Realtá. Campagna per un purificatore d'acqua.

Pag. 86, articoli per la casa, Sakura Foam Eraser.

Campagna per una gomma da cancellare.

Pag. 87, articoli per la casa, Myggolf.

Quali zanzare?

Pag. 89, prodotti farmaceutici, Ceylor.

Questo posto é consigliato da Quick&Easy, il preservativo piú facile da mettere del mondo.

Pag. 90, prodotti farmaceutici, Dumex 3 Plus.

Da ai bambini energia che dura piú lungo.

Pag. 91, prodotti farmaceutici, Hang.

Campagna per un prodotto anti postumi da sbornia.

Pag. 93, manifestazioni, Womad Outdoor Music Festivals.inn

Campagna per un festival open air.

Pag. 94, manifestazioni, Canadian Film Center.

(In alto, a sinistra) Visual mostra uno storyboard per un cortometraggio particolarmente corto.

(A destra) *Musiche originali del film.*

(In basso) Campagna per un festival di cortometraggi. Sulle cartoline, scritte del tipo "Non mi sei mancato veramente" o "Scommetto che non ti sei accorto che me ne sono andata"

Pag. 95, vendita al dettaglio, Uncle Sam's Army Navy Outfitters.

(In alto, a sinistra) *I contribuenti fanno particolarmente un affare perché hanno pagato la roba già una volta.* Campagna per un negozio second-hand di abbigliamento militare.

(A destra) *La formazione di base nell'esercito é la maniera peggiore per arrivare a un paio di stivali militari.*

(In basso, a sinistra) *Guerra. A cosa serve?- Beh innanzitutto per un equipaggiamento di tutti i tipi di seconda mano.* ("War. What is good for?" é una canzone/slogan del movimento anti guerra del Vietnam negli anni '60)

(A destra) *Camuffamento per gente che non puó mai essere tutto ciò potrebbe.*

(Allusione allo slogan di reclutamento dell'esercito americano: *be all you can be.*)

Pag. 96-97, vendita al dettaglio, SportScheck.

(Pag. 96) *Una volta i calciatori era veri uomini e si chiamavano Radi, Buffi, Nobbi, o Cavallo. Udo "Cavallo" Horsmann ex studente di architettura, ha murato la difesa del Bayern München per 8 anni. www.100prozentleder.de (www.100percentopelle.de)* Campagna per una catena di negozi di sport.

(Pag. 97, in alto a sinistra) *Anche ai tempi del socialismo c'erano imperatori. Joachim "Strich"Streich, 2 volte sportivo dell'anno per sempre eroe della Serie C.*

(A destra) *8 anni a Berlino e soltanto un muro che non é riuscito a superare. Erich "Ete" Beer 253 partite giocate a Berlino Ovest. Poi é andato in Medio Oriente.*

(In basso, a sinistra) *Sembrava un vigile ma tirava meglio. Bernd Gersdorff, 11 anni di servizio, 6 maglie, mai cambiato il taglio di baffi.*

(A destra) *Anche della pettinatura di Beckham si riderá fra 20 anni. Ronald "Ronny" Borchers, 213 partite in serie A, 336 visite dal parrucchiere.*

Pag. 100, vendita al dettaglio, Heals.

Campagna per i saldi di fine stagione estivi del mobilificio Heal.

Pag. 100, vendita al dettaglio, Living Quarters.

Fatela finita con la vs sofferenza.

Pag. 101, vendita al dettaglio, Harvey Nichols

I saldi da Harvey Nichols sono cominciati.

Pag. 102, vendita al dettaglio, D&D Decoration & Design Center.

Se é nelle riviste di arredamenti, lo trovate anche da noi. Campagna per un mobilificio.

Pag. 103, servizi, Classic Tattoos.

Il corpo é uno schermo. Campagna per un negozio di tatuaggi specializzato in motivi classici.

Pag. 106, servizi, Universal Buzz.

(In alto, a sinistra) *I "Beat" piú grassi.*

(A destra) *Punk "sotto olio".*

(In basso) *Giovane con la chitarra.* Campagna per un organizzatore di concerti dal vivo in stazioni radiofoniche di college e, a richiesta, emessi via internet.

Pag. 107, servizi, Zuvo.com

Campagna per un supermercato online con consegna entro un ora.

Pag. 108-109, servizi, Medical City.

(Pag. 108, in alto) Estratto della biografia: *Nato a Reading in Pennsylvania. Comincio con la corsa agli ostacoli durante la Highschool. Batto tutti i record. Sposo Jean ed abbiamo tre figli meravigliosi. Brevetto pilota. Nel 1985 medaglia*

d'oro ai campionati mondiali di Roma nella corsa ad ostacoli... (a questo punto "il laccio" si spezza)... Allenatore di football al Paul Quinn College. Continua.
(In basso) Come sopra la carriera sportiva/biografia, interrotta repentinamente da una malattia e ripresa dopo la guarigione.

(Pag. 109, in alto) Estratto biografia: *Nata a Dallas. A otto anni scopro l'amore per l'uncinetto. Vinco un concorso di poesia con il titolo "Vicino a Dio". Fonda una piccola ditta, che vende la mia maglieria. Noto un rigonfiamento sotto il braccio destro... (il filo sopra la foto forma a questo punto un nodo/cappio)... Metto sul mercato una collezione di cappelli ad uncinetto.*
Continua

(In basso) Come sopra una biografia che sembra interrompersi a causa di una malattia (questa volta del neonato) ma che può continuare dopo la guarigione grazie al pubblicizzato ospedale Medical City.

Pag. 111, temi sociali & ecologici, Radiology Malaysia.

Se non la smettete, aumenta il grado di probabilità che i vs figli comincino.
Campagna contro il fumo.

Pag. 112-113, temi sociali & ecologici, Charlotte Department of Transportation.

(Pag. 112, in alto) *Non ti far spaventare da nessun buffet.*

(In basso) *Siedi sul tuo deretano e fai qualcosa.* Campagna manifesti per una associazione ciclisti.

(Pag. 113, in alto, a sinistra) *Consuma calorie non carburante.*

(A destra) *Emissioni zero. A meno che non contate il sudore.*

(In basso) *Consumate carburante alternativo. Per esempio Donut.* I motivi in questa pag sono parte di una campagna ambient media per una associazione ciclisti.

Pag. 114, temi sociali & ecologici, Don't Drive Drunk Foundation.

Riservato a automobilisti ubriachi. Campagna ambient media.

Pag. 115, temi sociali & ecologici, WWF.

Ve lo potete permettere? Campagna per WWF.

Pag. 118-119, temi sociali & ecologici, Women Against Handgun Violence.

(Pag. 118, in alto) *Fra 15 anni attraversando un periodo di depressione troverá l'arma da fuoco che avete nascosto nell'armadio per proteggerlo.*

(In basso) *Fra qualche anno troverá i vostri preservativi. E i vs Playboy. Perché credete che non troverá la vs arma da fuoco?*

(Pag. 119, in alto) *Fra 10 anni dopo che il suo primo ragazzo l'avrá lasciato, troverá la pistola che avete nascosto nel garage per proteggerla.* Campagna per una organizzazione dal nome "Donne contro la violenza da armi da fuoco".

Pag. 119, temi sociali & ecologici, SCSMT.

La cocaina uccide.

Pag. 120, temi sociali & ecologici, Anti-Drugs Poster.

Claim: *Le droghe ti fanno sembrare stupido.*

Pag. 123, temi sociali & ecologici, Gill Foundation.

(In alto) *Per omosessuali e lesbiche gli Stati Uniti sono composti da 15 stati che assicurano il diritto ad una vita libera senza discriminazioni sul lavoro e da 36 che non lo fanno.*

(In basso) Scritta sulla targa: *Noi, il popolo eterosessuale degli Stati Uniti d'America... (Sebbene la Costituzione americana garantisca libertà per tutti gli Americani, viene negata a milioni di omosessuali e lesbiche la protezione contro la discriminazione sul lavoro, nel cercare casa e nelle loro relazioni. Claim: C'è bisogno solo di un atto per diventare attivista. Andate da turnout.org)*

Pag. 124, temi sociali & ecologici, Conservacao Internacional.

Le temperature nelle foreste salgono piú rapidamente che nelle città. Pay-off: In Brasile ogni anno muoiono migliaia di animali per le conseguenze di incendi dolosi. Evitate gli incendi. Denunciateli. Campagna per una associazione ambientalista dal nome Conservacao Internacional Brasil.

Pag. 125, temi sociali & ecologici, Unimed-Rio.

Se avete bevuto alcol, non prendete la macchina per favore.

Pag. 126-127, temi sociali & ecologici, Fundacao Eye Care.

(Pag. 126, in alto) *Nelle stanze d'attesa degli oculisti dovrebbero suonare piú Blues. I neri hanno una tendenza piú marcata ad ammalarsi di glaucoma. Se avete piú di 30 anni fatevi controllare regolarmente la vista.*

(In basso) *Allacciarsi le cinture di sicurezza é molto piú facile che imparare la scrittura Braille. Ogni anno 200 persone perdono la vista a causa di incidenti. Proteggetevi! Allacciate le cinture di sicurezza!!*

(Pag. 127, in alto) *Se vi esponete molto al sole, diventate piú neri di Ray Charles. E se non mettete gli occhiali da sole diventerete anche ciechi. Una eccessiva esposizione al sole causa danni alla retina. Proteggetevi dai raggi ultravioletti! Portate sempre un paio di occhiali da sole.*

(In basso) *Se avete piú di 70 anni dovrete andare dall'oculista cosí spesso quanto fate sesso: una volta l'anno. 50% degli ultra 70enni soffre di cataratta. Proteggetevi! Andate regolarmente ai controlli!*

Pag. 128, temi sociali & ecologici, Portman Group.

(In alto, a sinistra) *Scimmia tremante: così denominata dal caratteristico tremito quando le si ricordano le azioni compiute in stato di ebbrezza la notte precedente.*
(A destra) *Scimmia picchiatrice: si distingue con esibizioni ubriache di aggressioni alla minima provocazione. Pericolo di autodistruzione.*

(In basso) *Scimmia barbone: viene trovata spesso priva di sensi negli ingressi e nei taxi, dove reagisce senza resistenza a furti e abusi sessuali.* Campagna contro l'alcolismo giovanile.

Pag. 129, sport, Bell BMX.

Campagna per caschi da bici della marca Bell, che pare vengano portati da star famose dell'ambiente BMX. Esempio del lungo copy che ricorda rituali voodoo: *Possa il casco, che avvolge la testa di Steve McCann, avvolgere anche la mia testa. Possa proteggermi da forze invisibili che fanno inciampare il piede sicuro e vacillare lo spirito forte.* I motivi sono stati realizzati dalle star appartenenti alla scena "Street Graphic" di Miami.

Pag. 130, sport, Brooks.

(In alto) *Correre per me non é mai una cosa solitaria . Perché amo la donna che corre con me.*

(In basso) *Una lunga corsa non é mai così faticosa come un lungo giorno senza.* Campagna per scarpe sportive della marca Brooks.

Pag. 131, sport, Columbia Sportswear.

(In alto) Annuncio per scarpe da pesca della marca per abbigliamento outdoor Columbia.

Pag. 131-132, sport, Adidas.

(Pag. 131, in basso) Pay-off: *Ognuno (Logo Adidas) ha una sua storia. I colori psichedelici. Una suola ispirata ai tentacoli di un polipo. Cosa ci si può aspettare d'altro da una scarpa del 1969?*

(Pag. 132, in alto) Facendo riferimento al modello Adidas Trim Trab dell'anno 1976 in quest'annuncio si racconta cosa é successo nel frattempo alla figura dell' omino sportivo tedesco Trimmy, risalente allo stesso anno: siede grasso davanti alla televisione e deve ritornare alla sua vecchia immagine facendo sport.

(In basso) La scarpa ultra tecnologica Oregon di Adidas del 1980 é in questo cartone l'attrezzatura del supereroe "Oregon Man". Pay-off: *Ognuno (logo Adidas) ha una sua storia.*

Pag. 135, sport, Paralympics 2004.

Campagna per i Giochi Paraolimpici di Atene 2004.

Pag. 136, sport, Nike.

Manifesti su ampi spazi di Nike.

Pag. 137, viaggi & tempo libero, Holland America.

(In alto) *Dopo questo viaggio l'ignoto avrà un posto in meno per nascondersi.*

(In basso) *Perché imparare una lingua se comunque durante tutto il viaggio rimarrai senza parole?* Campagna per le crociere di Holland&America.

Pag. 138, viaggi & tempo libero, Destination Halifax.

(In alto, a sinistra) *Non tutti quelli che si perdono qui hanno poi il desiderio di venir ritrovati.*

(A destra) *Mi sono ritrovato in un posto nel quale gli abitanti parlavano una lingua antica. Parole come "Salve" e "Buona giornata".*

(In basso, a sinistra) *C'è un luogo dove la musica e non il rumore del traffico riempie le strade.*

(A destra) *Il rumore delle onde era forte e potente. Non avrei mai pensato che il mio cuore potesse battere così forte.*

Pag. 141, viaggi & tempo libero, Kentucky Tourism.

(In alto) *Il percorso musicale del Kentucky.*

(In basso) *Il percorso di barbecue e bluegrass del Kentucky.* Campagna di promozione turistica per il Kentucky.

Pag. 142, viaggi & tempo libero, Tierpark Hellabrunn.

Pag. 143, viaggi & tempo libero, United Airlines.

(In alto) *Fintanto che non offriremo voli per pianeti stranieri, Las Vegas dovrebbe andare abbastanza bene.*

(In basso) *Non arrabbiatevi se vi perdetevi. Ai newyorkesi piace molto indicare agli stranieri dove andare.* Campagna per United Airlines. Pay-off: *Tempo di volare.*

Pag. 144, viaggi & tempo libero, Tam Airlines.

Poltrone reclinabili a 180° . La nuova Business Class di Tam.

Pag. 149-150, classici.

(Pag. 149) Anno di pubblicazione 1908.

In questa e nelle pag seguenti esempi del cosiddetto manifesto informativo dei primi anni del ventesimo secolo. Entrambi pubblicizzano un negozio di abbigliamento di Zurigo.

(Pag. 150) Annuncio del 1923.

Pag. 151-152, Students Contest.

(Pag. 151, in alto, a sinistra) *Odor- Eaters. Deodorante per scarpe.*

(A destra) Annuncio per la marca di abbigliamento professionale Carhartt.

(In basso) Annuncio per correttore liquido.

(Pag. 152) (Approssimativamente): *Ritorno al gioco.* Campagna per plastilina (il gioco di parole con "taking back time" "ritornare indietro nel tempo")