

## Lürzer's Archive 02/05

### **Pag. 7, accessori, Carbon 18K:**

(In alto, a sinistra) Accanto a lei: *È una vera biondina.* Sopra di lui: *È un vero genio.*

(A destra) Accanto a lui: *Archeologo.* Accanto a lei: *Cercatrice d'oro.*

(In basso) Accanto a lei: *Ha avuto altri dodici uomini.* Sopra di lui: *Molto superstizioso.*  
Campagna per una collezione di gioielli dal nome "Twisted" (Letteralmente "Contorto" ma anche "strambo", "matto").

### **Pag. 8, accessori, Coeur de Lion:**

*È arrivata la nuova collezione autunnale.*

### **Pag. 10, accessori, Bagues:**

*Tu sei il gioiello.* Campagna per gioielli della marca Bagues.

### **Pag. 12-13, audio & video, Pioneer:**

(Pag. 12, in alto) *Quando passo io, tutti hanno un concerto gratuito.*

(In basso) *La strada mi appartiene veramente.*

(Pag. 13, in alto) *Entrata nel mio universo.*

(In basso) *Ora: 16 e 36. Temperatura: 73° f. Watt: 5000.* Campagna per impianti stereo per auto di Pioneer. Claim: *Suono. Visione. Anima.*

### **Pag. 14, audio & video, Beyerdynamic:**

(In alto) A sinistra tra parentesi : *Il tuo impianto.* A destra tra parentesi: *Le nostre cuffie.*

I testi in inglese che si leggono sono famose strofe di canzoni (Deep Purple in alto a destra e ACDC in basso a destra) Con un cattivo impianto stereo vengono distorte (i testi a sinistra, in alto e in basso) Con le cuffie Beyerdynamic invece si ha la ricezione nitida. N.d.t.

### **Pag. 18-19, autoveicoli, accessori, Richardson's Rod & Custom:**

(Pag. 18, in alto) *Resuscita dai morti e riparti.*

(In basso) *Liberaci dal parco rottami e rimandaci nel regno dell' asfalto.*

(Pag. 19, in alto) *Guarisci i malati, sveglia gli arrugginiti.* Campagna per un restauratore di auto.

### **Pag. 19, autoveicoli, accessori, Land Rover:**

Pay-off: *Vai oltre.*

**Pag. 20, autoveicoli, accessori, Volkswagen:**

(Pag. 20, in alto) *Con 1.370 km a pieno, non subentra la routine.*

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

(Tutti i motivi) *I bambini hanno bisogno di spazio. Sharan. Claim: VW. Per amore dell'automobile.*

**Pag. 22, autoveicoli, accessori, Yamaha:**

*Prende le curve come un motociclista di un Gran Premio.*

**Pag. 23, autoveicoli, accessori, Kawasaki:**

(In alto) *Avrete molte storie da raccontare ai vs nipoti. Il problema sarà solo trovare tutti i nipoti per raccontargliele.*

(In basso) *Non portate con voi alcun libro nel vs prossimo viaggio. Scrivetene uno.*

**Pag. 27, bevande alcoliche, Boddingtons:**

(In alto) *Quasi per rimediare a Phil Collins.*

(In basso) *Il miglior prodotto export inglese dopo Tom Jones. Un momento - lui é gallese. Claim: La birra che amiamo dal popolo che odiamo.*

**Pag. 28, bevande alcoliche, Duvel:**

*Rimpiangerai domani.*

**Pag. 29, bevande analcoliche, Starbucks:**

(In alto a sinistra) *Titolo: Drive-in primordiale. Data: 200 dopo Cristo. Materiale: Ceramica (promozione di Starbucks Sponsering di una esposizione sulla cultura degli Inkas.)*

(A destra) *Titolo: Prima della scoperta del decaffeinato. Data: 200 d.C. Materiale: legno e turchese.*

(In basso) *Titolo: Il Venti primitivo/originario. Data: 200 a.C. Materiale: ceramica. ("Venti" ´con una capienza di 592 ml ´e la coppa/tazza piú grande.)*

**Pag. 32, bevande analcoliche, Tropical Sin:**

(In alto, a sinistra) *La birra che non ti cambia.*

Campagna per una birra analcolica.

**Pag. 34, bevande analcoliche, Gatorade:**

Gli annunci traducono letteralmente l'espressione tedesca "Schweinehund" formata da "Hund"/cane e "Schwein"/maiale che indicano quella tendenza interna alla debolezza e alla vigliaccheria che si può avere di fronte a un obiettivo da raggiungere. N.d.t. Claim: *È in Voi?*

**Pag. 35, bambini, Pottymouth:**

(In alto, a sinistra) Scritta sulla T-shirt: *18 secondi di divertimento, 18 anni di inferno.*

(A destra) Scritta sulla T-shirt: *Sono la prova che la mia mamma scopa volentieri.*

(In basso) Scritta sulla T-shirt: *Sono qui solo per gli assegni sociali.* Claim: *Vestiti punk-rock per baby punk-rock.*

**Pag. 36-37, bambini, Buckle My Shoe:**

(Pag. 36, in alto) Headline in forma di rima infantile: *Ho bisogno di piú piedi, non posso piú aspettare. Altrimenti a che servono i fratelli piú piccoli?*

(In basso) Headline in forma di rima infantile: *Datemi piú piedi, loro possono nuotare con le mani. Sono miei amici, capiranno sicuramente.*

(Pag. 37, in alto) Headline in forma di rima infantile: *Devo avere piú piedi, che vuoi dire con "non é possibile"? Pianteró e pianteró ed avró tanti piedi quanti ne voglio.* Campagna per una marca di calzature per bambini.

**Pag. 37-38, bambini, Tigor:**

(Pag. 37, in basso) *Sei tu che devi spaventare non i tuoi vestiti.*

(Pag. 38, in alto) *Butta questi abiti orribili. Vesti Tigor.*

(In basso) *Paura di avere abiti brutti? Vesti Tigor.* Campagna per una marca di moda per bambini.

**Pag. 39-40, bambini, Plan Toys:**

(Pag. 39) *I nostri giocattoli di legno sono sicuri.*

(Pag. 40) *Per tutti quelli che amano i giocattoli.*

**Pag. 44, cosmetici, Ella Baché:**

*Pelle cosí tenera che si puó mangiare.* Campagna per prodotti cosmetici della marca Ella Baché.

**Pag. 45, cosmetici, Hawley & Hazel:**

Campagna per un dentifricio alle erbe.

**Pag. 46-47, cosmetici, Elle 18:**

Campagna per smalti "luminosi"

**Pag. 47, cosmetici, Zulú Shampoo:**

*Extra volume per i vostri capelli.* Campagna per uno shampoo.

**Pag. 52, cosmetici, Aim:**

*Anche una buona alimentazione può essere dannosa per i denti.* Claim: *Tenete il vostro sorriso in forma!*

**Pag. 53, cosmetici, Designer Group:**

Claim: *Addomestica le ciocche piú selvagge.* Campagna per prodotti per la cura dei capelli.

**Pag. 54, cosmetici, Oil of Olay:**

(In alto) *"La ragazza dice di aver l'osteoporosi."*

(In basso) *"Pensa, soffrire di artrite a quest'età!"* Campagna per creme di Oil of Olaz.

**Pag. 55, cosmetici, Dove:**

Nelle lettere le donne parlano delle loro strane caratteristiche della pelle (tatuaggi, piercing, lentiggini) Pay-off: *Ogni pelle é bella se é ben curata. Il nuovo latte Dove Body Milk con Nutri-Serum.*

**Pag. 56, cosmetici, Ziiit:**

*Ingrandite la vostra prospettiva.* Campagna per una crema a schermo totale per il viso.

**Pag. 57, intrattenimento, Abacus Spiele:**

(In alto) Figure contrassegnate dai nomi dei familiari: papá, mamma, nonna, Tina.

(In basso) idem. Claim: *Giochi per tutta la famiglia.*

**Pag. 58-59, intrattenimento, Orange County's Pacific Sympony:**

(Pag. 58, in alto) *Posto 110, fila H, corridoio 1 - Beethoven: Sinfonia nr 6, la Pastorale.*

(In basso) *Posto 101, fila W, corridoio 3 - Offenbach: Orfeo negli Inferi.*

(Pag. 59, in alto) *Posto 13, fila D, reparto d'orchestra - Debussy: il mare.* Pay-off: *Ad ognuno la sua sinfonia.* Campagna per la Orange County's Pacific Symphony Orchestra.

**Pag. 59-60, intrattenimento, Playstation 2:**

(Pag. 59, in basso) *Niente sole. Niente piscina pubblica. Niente "andiamo a prenderci un gelato". Niente grigliate ecc. Playstation.2. Divertimento, per tutti?*

**Pag. 61, moda, Base London:**

*Comportamento non modello* (letterale) Campagna per scarpe della marca Base London.

**Pag. 62-63, moda, Diesel:**

*Il futuro: un musical in cui credere.*

**Pag. 66-67, moda, 55DSL:**

(Pag. 66, in alto) *Lo strappo "Tenere lontano la vecchia nonna dagli strumenti elettrici".*  
(In basso) *Le macchie di bruciato "mai accendere un grill con la benzina".*

(Pag. 67, in alto) *Le macchie d'olio " Ma chi ha invitato gli Hell's Angels all'inaugurazione dell'appartamento?"*

(In basso) *La macchia d'erba "Oops é un toro". Pay-off: Fatti a mano da robot.* Campagna per la marca di moda 55DSL.

**Pag. 68, moda, Outlast:**

*I nostri tessuti sono piú intelligenti dei ns modelli.* Campagna per un produttore di tessuti.

**Pag. 69, alimentazione, Snickers:**

*Di che hai fame?*

**Pag. 70, alimentazione, Esplanada Grill:**

(In alto) *Essere daltonici non si può curare. Ma essere vegeariani si.*

(In basso) *Siete daltonici o semplicemente non vi piace la carne?* Campagna per un steakrestaurant.

**Pag. 71, alimentazione, Roquefort Papillon:**

Claim: *Indomabile dal 1906.* Campagna per una marca di Roquefort.

**Pag. 72-73, alimentazione, Soup & Friends:**

(Pag. 72, in alto) *Zuppa di piselli. 3,90 Euro.*

(In basso) *Zuppa di formaggio. 4,10 Euro.*

(Pag. 73, in alto) *Zuppa di gamberi. 4,60 Euro.*

(In basso) *Zuppa di cipolle. 3,90 Euro.*

**Pag. 74, alimentazione, Miel Patisserie:**

(In alto, a sinistra) *I nostri dolci non sono forse meglio del sesso. Ma nella maggior parte dei casi un pensiero piú adatto per la padrona di casa.*

(A destra) *Ricca di carboidrati/Povera di carboidrati.*

(In basso, a sinistra) *Servire preferibilmente con burro, marmellata e pantaloni elastici in vita.*

(A destra) *Certamente una torta del supermercato é piú pratica. Ma anche i "Twinkies" lo sono.* Campagna per una pasticceria.

**Pag. 75, alimentazione, M&M's:**

(In alto, a sinistra) *A bordo dello Shuttle dal 1981.*

(A destra) *Con i militari dal 1941. Pay-off: La cioccolata é meglio a colori.*

**Pag. 75, alimentazione, Haus Metzger HATA:**

(In basso) *Prosciutti e salumi fatti in casa.*

**Pag. 76, alimentazione, Ristorante Antica Costese.**

*La piú grande pizza in cittá.* Campagna per un ristorante italiano.

**Pag. 77, articoli per la casa, Pattex:**

*Pattex Extreme.Incolla tutto.*

**Pag. 78, articoli per la casa, Rei:**

*Rei. Per colori che rimangono/restano.*

**Pag. 79, articoli per la casa, Ariel:**

*Non farti rovinare la giornata da una macchia!* Campagna per un detersivo.

**Pag. 80-81, articoli per la casa, Duracell:**

Claim: *Duracell. Forza/potenza pura.*

**Pag. 81-82, articoli per la casa, LG Electronics:**

*Immaginati le possibilitá!* Campagna per forni a microonde.

**Pag. 83, articoli per la casa, Tecxus:**

*Batterie a lunga durata.*

**Pag. 84, articoli per la casa, Magiclean:**

*Lo fa brillare! Campagna per un detersivo per pavimenti.*

**Pag. 85, articoli per la casa, Dexter-Russell:**

*Coltelli di precisione.*

**Pag. 86, articoli per la casa, Falmecc:**

*Cappa aspirante di Falmecc. Così che gli odori di cucina non prendano sopravvento per tutta la casa.*

**Pag. 87-88, miscellanea, Georgia Dance Conservatory:**

(Pag. 87, in alto) *Neutralizziamo l'effetto dei video di Britney bambina per bambina.*

(In basso) *Cercasi: Prime ("donne" cancellato) ballerine.* Campagna per un' accademia di danza.

(Pag. 88, in alto) *Fate donazioni all'arte. Cominciate portandoci vostro figlio.*

**Pag. 88, miscellanea, National Lottery:**

(In basso) *Arriva il bambino fortunato.* Campagna per una lotteria spagnola dal nome "Lotto dei bambini"/The Kid Lotto che ha luogo il giorno dei Re Magi, 6 gennaio.

**Pag. 90, miscellanea, ABC Cooking Studio:**

*È arrivato il momento di andare a scuola.* Campagna per una scuola di cucina.

**Pag. 91, prodotti farmaceutici, Paineez:**

(In alto, a sinistra) *Massaggi profondi dei tessuti fatti da robuste donne scandinave non sono sempre pratici.*

(A destra) *Risparmiati la tolleranza al dolore per qualcosa di più importante come una rottura dei legamenti o un collasso ai polmoni.*

(In basso) *Se ti manca il dolore spalmatene un po' negli occhi.* Campagna per una pomata contro i dolori muscolari.

**Pag. 95, foto, Konica Minolta:**

*Adesso con 48x mega zoom.*

**Pag. 96, foto, Olympus:**

*Messa a fuoco pungente, scattata sul primo sistema SLR 100% digitale del mondo.*

**Pag. 97, manifestazioni, Milwaukee Int'l Film Festival:**

(In alto, a sinistra) *Di no a persone normali come me e te che fanno atterrare jumbojet.*

(A destra) *Di no all'andatura eroica al replay.*

(In basso) *Di no a quegli scienziati a cui nessuno da ascolto fino a quando non é troppo tardi.*

Campagna per un festival di film independent.

**Pag. 101, case editrici & media, Lonely Planet:**

*Sentiti a casa dappertutto. Lonely Planet. Guide turistiche.*

**Pag. 102-103, case editrici & media, Grande Reportagem:**

(Pag. 102, in alto) Rosso: *Per la guerra in Irak.* Bianco: *Contro la guerra in Irak.* Blu: *Non so dove sia l'Irak.*

(In basso) Rosso: *Persone HIV positive.* Nero: *Persone infettate di Malaria.* Giallo: *Persone con accesso ai medicinali.*

(Pag. 103, in alto) Rosso: *Quattordicenni lavoratori.* Giallo: *Quattordicenni che vanno a scuola.*

(In basso) Blu: *Donne che debbono sopportare la mutilazione dei genitali.* Bianco: *Donne che non debbono sopportare la mutilazione dei genitali.* Claim: *Conoscete il mondo!* Campagna per una rivista.

**Pag. 104, case editrici & media, The Times:**

(In alto) *Tarantino il grande regista? Tarantino il grande ostentatore?*

(In basso) *L'UE vuole rendere l'economia d'Europa piú forte di quella americana. L'UE distruggerà la piú forte economia d'Europa, noi (in inglese "us" che si scrive come U.S United States) Campagna per The Times. Pay-off: *Discutetene!**

**Pag. 105, case editrici & media, Monopol:**

(In alto, a sinistra) *Si puó giocare con Hitler?*

(A destra) *Nato ricco.*

(In basso, a sinistra) *L'America é oramai solo soldi e paura?*

(A destra) *Le Belle Arti diventano come Las Vegas.* Claim: *Monopol. Rivista di arte e vita.*

**Pag. 106-107, case editrici & media, TiVo:**

(Pag. 106, in alto) Estratto: *Il mio compagno di viaggio non viaggia con me veramente. È piuttosto così che io descrivo mete di mio interesse ed il mio compagno mi porta del materiale televisivo a proposito. Li registra senza che io debba essere a casa. Dunque quando sto via non mi manca niente a parte il mio gatto....*

(In basso) Estratto: *La vita è proprio divertente ora che ho il mio proprio caddie. Il mio caddie non può camminare naturalmente ...ma il piccolo intuitivo amico sa esattamente cosa mi piace. Quando sono via per giocare a golf, il mio Caddie registra un torneo di golf in televisione...*

(Pag. 107, in alto) Estratto: *Non sono una celebrità ma possiedo il mio chef personale. Una specie..Cerca tutti i programmi di cucina dati in tv e li registra...*

(In basso) Estratto: *Ho una scatola magica che registra tutti i miei programmi preferiti sui dinosauri e la preistoria...Campagna per un videoregistratore digitale.*

**Pag. 108, case editrici & media, Billed Bladet:**

*Siate tranquillamente un pó reali. Claim: Billed Bladet il settimanale "reale" danese.*

**Pag. 109, vendita al dettaglio, Delhaize:**

*Fatevi ispirare da noi. Campagna per una catena di supermercati. Claim: Passione per il cibo.*

**Pag. 110, vendita al dettaglio, C.O.M. Comics:**

*Splattercomics si trovano all'indirizzo... (di Düsseldorf)*

**Pag. 112, vendita al dettaglio, Saffron:**

(In alto) *L'amore non è cieco. Se lo fosse non esisterebbe né il trucco né push-up.*

(In basso) *Qualche volta un pó di riempimento/abbellimento è necessario. Questo vale sia per il curriculum sia per il reggiseno. Campagna per un negozio di biancheria intima.*

**Pag. 113, servizi, Art of Motion Moving Company:**

(In alto) *Nell'edificio accanto alla scuola cattolica femminile si trova la filiale di una associazione per soli uomini.*

(In basso) *Se dovete trasferirvi. Campagna per un'impresa di traslochi.*

**Pag. 114-115, servizi, Enel:**

(Pag.114, in alto) *Siete sicuri che il vento non si possa catturare?*

(In basso) *Qualche volta la luce viene dalla terra.*

(Pag. 115, in alto) *Non ci sono interruttori per spegnerla.*

(In basso ) *Seguendo la corrente abbiamo raggiunto la luce. Claim: Energia in armonia con voi.*

**Pag. 116-117, servizi, Sixt:**

(Pag. 116, in alto) Tutti i motivi: *Meglio guidare da soli. (Auto a noleggio convenienti su sixt.de)*

**Pag. 119, servizi, The Shoe Hospital:**

Campagna per una calzoleria dal nome "The Shoe Hospital", "L'ospedale della scarpa".

**Pag. 123, temi sociali & ecologici, Aides:**

*Senza preservativo é come andare a letto con l'AIDS. Proteggiti!*

**Pag. 124-125, temi sociali & ecologici, Sotokoto:**

(Pag. 124, in alto) *Aah! Che bella é la vita circondati dall'acqua...se si sopravvive sott'acqua.*

(In basso) *Mamma! George, Sadam e Vladimir e i loro amici si sono bevuti tutto.*

(Pag. 125, in alto) *Mozart era uno di 7 figli. I fratelli Wright erano due di 5. Il batteriologo Hideyo Noguchi uno di tre.*(Qui si tematizza il tasso di natalità in calo in Giappone).

(In basso) *Per favore piccoli spiriti del tempo fate splendere piú spesso il sole nel 2005* (Qui si fa riferimento al dato di fatto che nel 2004 in Giappone si sono riscontrati molti piú giorni di pioggia e temporali che negli anni precedenti) Campagna per una rivista che si occupa di problemi ecologici e sociali.

**Pag. 126, temi sociali & ecologici, WWF:**

*Sostanze chimiche tossiche cambiano lentamente il mondo.* Campagna per una organizzazione ambientale.

**Pag. 127, temi sociali & ecologici, Conservacao Internacional:**

*Non ci vorrá piú tanto prima che molte specie spariranno completamente dall'Amazzonia.*

**Pag. 128, temi sociali & ecologici, NABS:**

(In alto, a sinistra) *Il tipo di attacchi di cuore che non ci preoccupano.*

(A destra) *Molte persone sfortunate hanno bisogno di chirurgia plastica.*

(In basso) *Operazione a portafoglio aperto.* Campagna per l'azione annuale per la raccolta di fondi della associazione umanitaria NABS.

**Pag. 129, sport, HessenMob:**

(In alto, a sinistra) *Non raccogliere fiori!* (estratto: Salvatore Chirilino raccolse un quadrifoglio da uno scoglio in Italia e morí precipitando giú.

(A destra) *Non procurarti nessun lavoro!* (Due persone sono morte in una esplosione in una fabbrica per statue da giardino a Zielona Gora nella Polonia occidentale. Tre altri operai sono rimasti feriti.)

(In basso, a sinistra) *Non fate sesso!* (P.Kanatazan, 33 anni ha ucciso accidentalmente facendo l'amore la moglie, Lim Set Le, di 16 anni nel tentativo di soffocare i suoi gemiti con un cuscino. È finito 16 mesi in carcere.)

(A destra) *Non mangiate!* (In Algeria veleno di serpente in una zuppa in...) Pay-off: *Andate solo sullo skateboard!* Campagna per una marca di skateboard.

**Pag. 130-131, sport, Nike:**

(Pag. 130, in alto) *Addio traffico!*

(In basso) *Addio alluvioni!*

(Pag. 131, in alto) *Addio autobus strapieno!*

(In basso) *Addio cantieri!* Claim: *La noiosa quotidianità non reggerà mai il ritmo... non ha le gambe.* Campagna Nike.

**Pag. 132, sport, Gold's Gym:**

(In alto) *Possedere bicipiti forti fa bene al tuo specchio.*

(In basso) *Muscoli possenti sono come le macchine sportive rosse. Erano piú "cool" negli anni '80 ma hanno ancora successo.* Campagna per la madre di tutte le palestre, Gold's Gym.

**Pag. 134-135, viaggi & tempo libero, SOTC:**

(Pag. 134, in alto) *Darjeeling: La patria del primo scalatore del monte Everest, Tenzing Norgay.*

(In basso) *Kanchan Kalan, il punto piú basso dell'Himalaya. Solo 70 metri.*

(Pag. 135, in alto) *Il monte Kotagiri. Grazie ai suoi toni indigo conosciuto come il monte blu.*

(In basso) *La cascata Weinia del fiume Kynshi. Finora nessuno sa dire quanto sia profondo.* Pay-off: *Diventane parte.*

**Pag. 136, viaggi & tempo libero, Connexons Tourism Service:**

*Venite a Uttar Pradesh, il paese dello Yoga.*

**Pag. 137, viaggi & tempo libero, Skyteam:**

(In alto) *Cerchiamo di rendere i vostri collegamenti piú veloci.*

(In basso) *Cerchiamo di organizzare il vostro viaggio piú direttamente.* Campagna per una cooperazione di piú compagnie aeree.

**Pag. 141-142, classici:**

(Pag. 141) Manifesti di concerti degli anni 1966 e 1967. Su questa e la prossima pagina manifesti classici degli anni '60.

(Pag. 142) *8 ottobre : giornata del guerrigliero eroico.* Manifesto politico cubano del 1966.

**Pag. 143-144, Students Contest:**

(Pag. 143, in alto a destra) *Il numero delle operazioni di chirurgia estetica negli Stati Uniti aumenta drammaticamente di anno in anno. Va bene avete il consenso dei vostri genitori.* Pay-off: *about-face.org. Rispettati! Accettati!*

(In basso) *Tu, ancora piú sexy.* Annuncio per uno smalto.

(Pag. 144, in alto a destra) *Niente é come il vero legno.* Campagna per una catena di negozi di mobili.

(In basso, a sinistra) *Ma certamente é una bella cerimonia: il nostro predicatore porta addirittura un completo di paillette.* Pay-off: *Sposati durante la tua luna di miele.* Campagna per una tipica chiesa di Las Vegas nella quale ci si puó sposare velocemente.

(A destra) *Risparmia inutili spese matrimoniali. Per esempio la famiglia.*