

## **Lürzer's Archiv 04/05**

### **Pag. 7, audio & video, Aiwa:**

(In alto) *Non ascoltare tuo padre. Non ascoltare tua madre. Non ascoltare i tuoi amici. Ascolta solo il tuo personal trainer.*

(In basso) *Tuo fratello ascolterà quello che lui definisce musica, molto lontano da te. Claim: Flash Memory Player. Il tuo prossimo MP3-Player.*

### **Pag. 10, audio & video, Sony:**

(In alto) *Novitá. Il nuovo televisore al plasma ultra piatto di WEGA.*

### **Pag. 10, audio & video, XM:**

(In basso) *Rimanere sempre in movimento. Campagna per la radio satellitare portatile di XM2go.*

### **Pag. 11, audio & video, Canon:**

Claim: *Provate il vero formato cinemascope con Canon Home Cinema.*

### **Pag. 13, autoveicoli, accessori, Land Rover:**

*Voglia di avventura? Claim: Vai oltre. Campagna per Land Rover.*

### **Pag. 14-15, autoveicoli, accessori, Fiat:**

*Doblo Adventure. Quando sei fuori in una regione selvaggia, piú brutta é meglio é. Claim: FIAT. Guidati (portati) dalla passione.*

### **Pag. 15, autoveicoli, accessori, Volkswagen:**

*Gioca!*

*(200 miglia turbo FSI, sistema DSG cambio automatico a 6 marce, ASR Traction control, sospensioni sportive, 147 cavalli di pura forza. La prossima generazione Golf GTI- Il gioco puó cominciare)*

### **Pag. 18, autoveicoli, accessori, AroMetrics:**

(In alto) *Air freshener (profumambiente) troppo forte? AroMetrics. Mai fuori controllo.*

**Pag. 18-19, autoveicoli, accessori, IP Plus 98:**

*Rivitalizzate la vostra oldtimer (auto d'epoca). Claim: IP Plus 98. Il primo carburante creato per oldtimer.*

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

(In alto) La pagina unica é stata attivata in quotidiani a destra accanto ai piccoli annunci. Claim: *Volvo. Per la vita.*

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

(In basso) L'annuncio mostra uno di quei lavavetri che si trovano normalmente a incroci molto frequentati e offrono agli automobilisti di pulire i vetri dell'auto.

**Pag. 23, bevande alcoliche, Corona:**

Campagna per Corona Light Bier.

**Pag. 24, bevande alcoliche, Corona:**

(In alto) Annuncio per Corona e Corona Light Bier.

**Pag. 24, bevande alcoliche, Navarra:**

(In basso) Claim: *La stagione della caccia é aperta.* Annuncio per vini della Navarra.

**Pag. 26, bevande alcoliche, Absolut:**

*Trova il tuo gusto.* Campagna per diverse variazioni di gusto di Absolut Vodka.

**Pag. 27, bevande analcoliche, Sugarfree V:**

*Dí "no" allo zucchero!* Campagna per una bevanda isotonica senza zucchero.

**Pag. 30, bevande analcoliche, Quichão:**

Claim: *Una storia in ogni tazza.* Campagna per un caffèbar.

**Pag. 31, bevande analcoliche, Lipton:**

(In alto, a sinistra) *Immagina che il sole fosse un paio di milioni di km piú vicino.*  
(A destra) *Immagina che i piccioni fossero pappagalli.*  
(In basso, a sinistra) *Immagina che i lampioni fossero palme.*

(A destra) *Immagina che nei canali non ci fossero anatre ma delfini.* Claim: *Crea la tua estate.* Campagna olandese per té Lipton.

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

*2/3 di te.* Campagna per acqua minerale.

**Pag. 35, bevande analcoliche, OMSCo:**

(In alto, a sinistra) *Cose che si dicono quando se ne versa un pó: Oh Gesù mio! Porca miseria.* Claim: *Il sapore della bontá/virtú.*

(A destra) *Se qualcuno finisce l'ultima goccia, perdonatelo.* Campagna per un latte pastorizzato in maniera delicata.

**Pag. 35, bevande analcoliche, Just Natural:**

Claim: *Un vero smoothie alla frutta ovunque Vi troviate.*

**Pag. 36, bevande analcoliche, Lipton:**

Claim: *Porta un pó di vita nella tua giornata!* Campagna per té verde di Lipton.

**Pag. 37, cosmetici, Garnier:**

Claim: *Ups. Mani lisce.*

**Pag. 40, cosmetici, Wellaflex:**

*Per una lunga tenuta.* (Le figure dei fumetti di Blondie, Olivia e Betty Boop e le loro pettinature caratteristiche esistono già da piú mezzo secolo) Campagna per un gel per capelli.

**Pag. 41, cosmetici, Dove:**

(In alto) *Ci sono due possibilitá per avere capelli come questi. I geni sarebbero l'altra.*

(In basso) *Capelli pesantemente idratati - senza la parte "pesante".* Campagna per uno shampoo di Dove che grazie a una nuova formula idrata i capelli senza appesantirli.

**Pag. 42, cosmetici, Avon:**

(In alto) *Perfetta vestibilitá. Il rossetto particolarmente fissante di Avon.*

**Pag. 42, cosmetici, Minery:**

(In basso) Annuncio per un balsamo per piedi.

**Pag. 44, cosmetici, Kleenex:**

(In alto) *John Styth Pemberton, lo scopritore della Coca Cola, vendette i diritti della sua ricetta nel 1891 per soli 2.300 dollari.*

(In basso) *John Morell, editore di un quotidiano americano licenzió Walt Disney all'inizio della sua carriera perché trovava che Disney non avesse buone idee.*

Campagna per fazzoletti di carta Kleenex.

**Pag. 45, intrattenimento, PlayStation 2:**

Campagna per PlayStation 2.

**Pag. 46, intrattenimento, Game Boy:**

(In alto) Campagna per Game Boy Advance SP.

**Pag. 46-47, intrattenimento, Royal Opera House:**

Claim: *Royal Ballet. Un pó fuori dell'ordinario.*

**Pag. 50, intrattenimento, UltimatePoker.com:**

(In alto) *Sei un cauto o aggressivo animale "da poker"?*

(Al centro) *Sei un animale "da poker" passivo o predatore?*

(In basso) *Sei un animale "da poker" timido o intimidatorio?* Campagna per gioco di poker online.

**Pag. 51, intrattenimento, MB Puzzles:**

*Puzzle. La grande passione.*

**Pag. 53, moda, Paul Smith:**

Campagna per la nuova collezione di Paul Smith.

**Pag. 54, moda, Bianco:**

Claim: *Le mani andavano di moda l'anno scorso.* Campagna per scarpe della marca Bianco.

**Pag. 55, moda, Exit:**

(In alto) Approssimativamente: *In qualche maniera trovano sempre il modo di mettersi in evidenza* (gioco di parole in inglese "way out" "uscita" e anche "mettersi in evidenza" n.d.t.) Campagna per scarpe della marca Exit ("uscita")

**Pag. 55, moda, Buttero:**

*30 anni di esperienza nella produzione di stivali. Perfetti fino all'ultimo dettaglio.*

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

Claim: (Lett.) *Niente nocchie, niente storie.* (Variazione del motto: "no guts, no glory" – "Niente coraggio, niente gloria". Nella lingua parlata "nuts", "nocchie" significano "coraggio") Campagna per barretta di cioccolato e nocchie di Snickers.

**Pag. 70, alimentazione, Maltesers:**

(In alto) *La maniera piú leggera per godersi il tempo inglese.*  
(In basso) *La maniera piú leggera per godersi lo shopping.* Campagna per cioccolatini della marca Maltesers.

**Pag. 71, alimentazione, Craf:**

(In alto) *Nutriente* (Gioco di parole tra "Riz" "riso" e la parola francese per nutriente "Nourissant").  
(In basso) *Preferito* (Gioco di parole tra "riz" con la parola francese per "preferire") Campagna per riso della marca Craf.

**Pag. 72, alimentazione, Heinz:**

*Particolarmente consistente.* Campagna per ketchup Heinz.

**Pag. 73, alimentazione, Häagen-Dazs:**

(In alto, a sinistra) *Cheesecake alla fragola.*  
(A destra) *Vaniglia e Joghurt.*  
(In basso) *Cioccolato e cioccolato amaro.*

**Pag. 74, alimentazione, Ortiz:**

*Ortiz. Tonno bianco pescato (senza reti).*

**Pag. 75, alimentazione, Splenda:**

*Niente paura dei dolci.* Campagna per un dolcificante.

**Pag. 76, alimentazione, Finn:**

Claim: *È piú facile rimanere snelli che provare a sembrare snelli.* Campagna per un dolcificante.

**Pag. 77, alimentazione, Dragon:**

(In alto, a sinistra) *I cinesi hanno inventato il gelato e la pizza. Ci si puó solo immaginare cosa mangiassero a pranzo.*

(A destra) *Da un paese con un miliardo di abitanti ci si puó solo aspettare che abbia un ottimo cibo.*

(In basso, a sinistra) *Provate una cucina antica di 3000 anni.*

(A destra) *Il paese é comunista. Ma il cibo é giá da tempo globalizzato.*

Campagna per un servizio a domicilio di cibo cinese.

**Pag. 80, alimentazione, McDonald's:**

Campagna per il servizio a domicilio di McDonald's.

**Pag. 80, alimentazione, Esplanada Grill:**

Campagna per Esplanada Grill Steakhouse.

**Pag. 81, articoli per la casa, Pledge:**

Claim: *Fa vivere il legno.*

**Pag. 82, articoli per la casa, Harpic:**

*Non credereste mai cosa puó vivere in una toilette.* Campagna per un detersivo per WC.

**Pag. 87, articoli per la casa, Off!:**

*Niente paura!* Campagna per un insetticida.

**Pag. 90, articoli per la casa, Kleen:**

Campagna per crema da scarpe.

**Pag. 91, articoli per la casa, Coral Dulux:**

Claim: *Nuovo Coral Dulux. Vernice senza l'odore della vernice.*

**Pag. 92, articoli per la casa, Ariel:**

Campagna ambient media per Ariel.

**Pag. 92, articoli per la casa, LG Electronics:**

*L'estate piú fredda. Climatizzata Art Cool.*

**Pag. 93, articoli per la casa, Tide:**

*Sorprendentemente bianco.*

**Pag. 94, articoli per la casa, All:**

(In alto, a sinistra) *In una maniera o nell'altra il vostro caffè vi sveglierá.*

(A destra) *Le camicie bianche mettono le linguine dell' umore giusto per ballare.*

(In basso, a sinistra) *Adesso tuo marito dona a i tuoi vestiti la freschezza di primavera mentre li restringe.* Claim: *Prendetela positivamente* (gioco di parole con "bright" che significa "chiaro, brillante, bianco" e "bright side" "aspetto positivo" delle cose)

(A destra) *Piú vino bevete e meno ce la fate a portarlo alla bocca.*

**Pag. 95, articoli per la casa, Maglite:**

*Guardatevi la parte oscura.* Campagna per torce particolarmente forti.

**Pag. 96, articoli per la casa, Doom:**

*Doom. Ció che gli insetti temono di piú.*

**Pag. 97, articoli per la casa, Corelle:**

(In alto, a sinistra) *Trovati nella trattoria per camionisti Rippin. Des Moines, Iowa. Dal 1977.*

(A destra) *Trovati nel ristorante Roadhouse. Kramer Junction, California. Dal 1972.*

(In basso, a sinistra) *Trovati nel ristorante AAA Tire and Muffler Shops (negozio per accessori auto). 29 Palms, California. Dal 1975.*

(A destra) *Trovati in Mike's Autos. Bullheas City, Arizona. Dal 1969.* Claim: *Piatti robusti per luoghi aspri.*

**Pag. 99, cibo per animali, Pedigree:**

(In alto) *Pedigree Rodeo. Perché i cani non sempre hanno vita facile.*

(In basso) *Pedigree Schmackos. Perché i cani non sempre hanno vita facile.*

**Pag. 101, prodotti farmaceutici, Viagra:**

Campagna per Viagra.

**Pag. 101, prodotti farmaceutici, Vick VapoRub:**

*Respira.* Annuncio per Vick Vaporub.

**Pag. 103, foto, Canon:**

*Sono davvero in connessione. Direct Print Technology. Canon. Semplicità avanzata.*

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

*Smettete di spaventare i vostri ospiti.* Campagna per un numero speciale della rivista di arredamento Casa sul tema arredare con la luce.

**Pag. 108-109, case editrici & media, Frankfurter Allgemeine:**

(Pag. 108, in alto) *Frankfurter Allgemeine Zeitung .Dietro si nasconde sempre una testa intelligente. (Dietro il giornale) Michael Schumacher, pilota.*

(In basso) *Frankfurter Allgemeine Zeitung .Dietro si nasconde sempre una testa intelligente. (Dietro il giornale) Till Brönner, trombettista.*

(Pag. 109, in alto) *Frankfurter Allgemeine Zeitung .Dietro si nasconde sempre una testa intelligente. (Dietro il giornale) Georg Baselitz, pittore.*

(In basso) *Frankfurter Allgemeine Zeitung .Dietro si nasconde sempre una testa intelligente. (Dietro i giornali) Berliner Philharmoniker.*

**Pag. 112-113, case editrici & media, EMI:**

(Pag. 112, in alto) *Sudore di Snoop Dogg.*

(In basso) *Corde vocali di Joe Cockers.*

(Pag. 113, in alto) *Le dita di Keith Richard.*

(In basso) *I primi sostenitori dei Sex Pistols. Play-off: Niente di grande nasce così semplicemente. Rispetta gli artisti. Ferma la pirateria musicale.*

**Pag. 114, case editrici & media, Hindustan Times:**

*Confrontato con altri piccoli annunci a Delhi, il doppio delle persone cerca il compagno per la vita attraverso Hindustan Times. Claim: Inizia bene. Campagna per gli annunci ricerca partner/personali nell' Hindustan Times.*

**Pag. 115, case editrici & media, The Telephone Guide:**

*(In alto) Taxi West. Telefon 0202 e un mucchio di sette.*

*(In basso) Ristorante cinese. Tong Chau o qualcosa del genere. Claim: Lo trovate nella guida telefonica. Campagna per un elenco telefonico olandese.*

**Pag. 117, vendita al dettaglio, Crime & Detective Bookshop:**

*(In alto, a sinistra) Titolo del libro: Fare il giocoliere. Da principianti a professionisti.*

*(A destra) Titolo del libro: Il vecchio e il mare.*

*(In basso) Piccole donne. Pay-off: Gli intrusi non sono benvenuti. Campagna per una libreria specializzata in gialli*

**Pag. 118-119, vendita al dettaglio, Borders:**

*(Pag. 118, in alto) Il "certificato di nascita" consiste in famosi titoli di libri come per es. Black Hawk Dawn. Claim: Gli uomini fanno i libri ma anche i libri fanno gli uomini.*

*(In basso) "L'albero genealogico" consiste in nomi di diversi gruppi musicali. Claim: Gli uomini fanno la musica ma anche la musica fa gli uomini.*

*(Pag. 119, in alto) Nel "passaporto" sono timbrati i titoli di famosi film. Claim: Gli uomini fanno i film ma anche i film fanno gli uomini. Campagna per Borders, una catena di libri e media.*

**Pag. 119, vendita al dettaglio, Antonia:**

*Solo per donne. Campagna per una boutique.*

**Pag. 120, vendita al dettaglio, Fcuk:**

*(In alto) Claim: La primavera é degli innamorati. Campagna per la catena di moda French Connection.*

**Pag. 120-121, vendita al dettaglio, Peter Jones:**

*Claim: Facciamo/Rendiamo Londra meravigliosa. Campagna per una catena di negozi di arredamento.*

**Pag. 122, vendita al dettaglio, Mercadorama:**

(In alto) *Per le creature della notte.* Campagna per un supermercato aperto 24 ore su 24.

**Pag. 122, vendita al dettaglio, Mothercare:**

(In basso) *La vita cambia le tue abitudini ma non te.*

**Pag. 124, vendita al dettaglio, Tesco:**

(In alto, a sinistra) *Formaggio. Può causare incubi. Come per esempio che dobbiate comprarlo da un'altra parte. Raccapricciante. Questo é il motivo per cui questo pezzo costa solo 87 penny.*

(A destra) *Londra. Vergognoso. Si é appurato che le strade non sono ancora pavimentate in oro. Ma la mozzarella a 98 penny non é male.*

(In basso, a sinistra) *Sapone. 24 penny. Piú ne vendiamo piú e meno soldi vogliamo. Tu gratti la nostra schiena e noi facciamo un peeling delicato alla tua (una espressione simile a "una mano lava l'altra")*

(A destra) *Latte. Lo vendiamo 24 ore al giorno. Perché? Perché non ci importa quando lo compriate. Ma dove lo compriate. Claim: Ogni piccolo aiuto.* Campagna per la catena di supermercati Tesco.

**Pag. 125, vendita al dettaglio, Harvey Nichols:**

Claim: *Must have. Harvey Nichols.*

**Pag. 126, vendita al dettaglio, Debolsillo:**

Claim: *Quest'estate apri un libro.* Campagna per le offerte estive di una libreria.

**Pag. 127, servizi, Chandler Demolition:**

(In alto, a sinistra) *Facciamo del nostro meglio per tenere sotto controllo le costruzioni.*

(A destra) *Ben ti sta, ufficio per la tutela dei monumenti.*

(In basso) *Facciamo spesso una piccola pausa durante la quale ammiriamo l'architettura di una casa - e poi premiamo un pulsante e la facciamo saltare in aria.* Campagna per una ditta di demolizioni.

**Pag. 128, servizi, PetsUnite:**

*PetsUnite. Rintracciamento con chip di animali domestici (Chip-based pet tracking)*

**Pag. 129, servizi, Kostüme Breuer:**

*www.affitta-un-costume.com.*

**Pag. 130, servizi, DHL:**

*Niente può fermarci. DHL – 25 anni di consegne in Messico.*

**Pag. 131, temi sociali & ecologici, Barnardo's:**

*(In alto, a sinistra) Dopo 6 anni di alcolismo abbiamo dato a Sonya una nuova vita.*

*(A destra) Dopo 8 anni di abbandono abbiamo dato a Matthew una nuova vita.*

*(In basso, a sinistra) Dopo 7 anni di violenze casalinghe abbiamo dato a Jack una nuova vita.*

*(A destra) Dopo 3 anni di abusi provocati dalla prostituzione abbiamo dato a Vicky una nuova vita. Campagna per Barnardo's una istituzione sociale per bambini.*

**Pag. 132-133, temi sociali & ecologici, Humans for Animals:**

*Non trattare gli altri come non vorresti essere trattato tu. Campagna per una organizzazione per la difesa degli animali.*

**Pag. 133, temi sociali & ecologici, Metropolitan Police:**

*Non consentite agli spacciatori di droga di cambiare il volto dei vostri vicini. Campagna per Metropolitan Police.*

**Pag. 136-137, temi sociali & ecologici, Ecofuturo:**

*(Pag. 136, in alto) Se guardi attentamente vedrai che gli uomini sono tutt'uno con la natura.*

*(In basso) Fate attenzione ci sono uomini che sono tutt'uno con la natura.*

*(Pag. 137, in alto) Guardate un'altra volta. Ci sono uomini che sono tutt'uno con la natura.*

*(In basso) Guardate attentamente e vedrete uomini che sono tutt'uno con la natura. Campagna per una organizzazione ambientalista brasiliana.*

**Pag. 138, temi sociali & ecologici, Public Libraries:**

*(In alto, a sinistra) Sì signore. Lei si trova in una biblioteca. No signore veramente non vendiamo popcorn. Film classici nella biblioteca pubblica.*

*(A destra) Dai creatori di schhh schhh...click, click....Collegati in internet nella biblioteca pubblica.*

(In basso, a sinistra) *Incredibile offerta della settimana: prima o Euro. Adesso o Euro. Prendi i tuoi libri alla biblioteca pubblica.*

(A destra) *Per favore ballare piano. Prenditi la tua musica dalla biblioteca pubblica.*

**Pag. 140-141, temi sociali & ecologici, Keep Norway Clean:**

*Come sarebbe se la natura ci trattasse come facciamo noi? Usati i cestini dell'immondizia. Campagna per una organizzazione per la Norvegia pulita.*

**Pag. 141, temi sociali & ecologici, Terre des hommes:**

**Pag. 142, temi sociali & ecologici, CVV:**

(In alto) Estratto: *Ero a casa e stavo terminando una lettera quando mi hanno sparato alla testa. Poi ho perso il lavoro. Mi sono sentito peggio di un verme. Ho pensato di essere un perdente senza rispetto né dignità. Nessuno poteva capire cosa ho passato... Oggi tutto è a posto. Non riesco a credere di aver premuto io il grilletto.*

(In basso) Estratto: *Credo di aver perso conoscenza. Quando sono rinvenuta stavo soffocando. È vero la mia vita era terribile. Soprattutto da quando mio marito mi aveva lasciato... ogni giorno era vuoto... Ma non volevo morire. Pensavo a mio figlio... Il tentativo di impiccarmi è stata il gesto più terribile che abbia commesso. Pay-off: Non diventare vittima di te stesso. Campagna per un telefono amico.*

**Pag. 143, temi sociali & ecologici, Exército de Salvação:**

*Senza il tuo aiuto i senzatetto non verranno mai via dalla strada. Campagna Ambient media per l'Esercito della Salvezza portoghese.*

**Pag. 144, temi sociali & ecologici, Fundación Ramón Rubial:**

Claim: *Sei vai troppo vicino alla droga il tuo viaggio ("trip") può diventare per la vita.*

**Pag. 145, temi sociali & ecologici, Medecins Sans Frontieres:**

(In alto, a sinistra) *Faccio una offerta oggi e aiuto questo bambino.*

(A destra) *Donerò qualcosa più tardi. La campagna è apparsa su due pagine successive di un giornale.*

**Pag. 145, temi sociali & ecologici, National Park Wildlife & Plant Conservation Department:**

*Continue pure ad abbattere (gli alberi). Annuncio per una organizzazione ambientalista.*

**Pag. 148, sport, Nike:**

*Claim: Niente amici sul campo da tennis.*

**Pag. 149, sport, Jumpmax:**

Campagna per trampolini.

**Pag. 150, sport, Aerobie Pro:**

Campagna per un disco da frisbee con un particolare design in grado di volare particolarmente in alto.

**Pag. 150, sport, adidas:**

*Dammi la palla.*

**Pag. 151, sport, Alta Bikes:**

Campagna per City Bike di Alta.

**Pag. 152, sport, HT Polo:**

*(In alto) Praticando uno sport regale non bisogna aspettare fino alla fine per stappare lo champagne.*

*(In basso) Sicuramente 8 uomini a cavallo che cercano di colpire una palla sembrano eleganti – se si sta seduti a 50 piedi buoni di distanza.*

**Pag. 153, viaggi & tempo libero, Singapore Airlines:**

*(In alto) L'Australia già ti aspetta. Adesso 17 voli settimanali per Perth.*

*(In basso) L'Australia già ti aspetta. Adesso 19 voli settimanali per Brisbane.*

**Pag. 154, viaggi & tempo libero, Lobster Bar and Grill:**

*(In alto, a sinistra) Addirittura i frutti di mare schioccano le dita in qualche maniera ...*

*(A destra) È tutta una questione di improvvisazione. Solo l'astice sa cosa viene dopo.*

(In basso) *Sa aprire i gusci di astice in f maggiore.* Campagna per gli spettacoli musicali live nel Lobster Bar & Grill.

**Pag. 155, viaggi & tempo libero, 92 Degrees Pub:**

(In alto, a sinistra) *Rock'n Roll, sex e droga. Per noi il rock viene sempre per primo.*

(A destra) *Il rock é morto. Questo é il motivo per cui il nostro bar é situato 7 piedi sotto la terra.*

(In basso) *I giovani ballano ancora guancia a guancia. Ma solo quando fanno "moshing".* Campagna per un bar con musica rock.

**Pag. 156, viaggi & tempo libero, Plaza de Toros de Las Ventas:**

(In alto) *Non é uno show. Non é un gioco.*

(In basso) *Non é una moda. Non é un gioco.* Campagna per la corrida.

**Pag. 157, viaggi & tempo libero, The Florida Everglades:**

(In alto) *E pensare che la maggior parte dei parchi consiste solo in altalene e impalcature per arrampicarsi.*

(In basso) *È un pó come un museo. Solo che qui i fossili e i dinosauri vivono. Florida Everglades. Non c'è altro posto come questo.*

**Pag. 161, classici:**

(In alto) *Tentazione al di lá della resistenza.* Manifesto per noccioline americane dell'anno 1982.

(In basso, a sinistra) *Sette giorni piú tardi abbiamo comprato dall'uomo che aveva appena comprato un Volkswagen rosso nuovo di zecca, un Volkswagen rosso nuovo di zecca.* Claim: *Non facciamo un dramma delle crisi.* Campagna per assicurazioni CU dell'anno 1980.

(A destra) *Il giorno seguente abbiamo dato al signor Gibson una nuova possibilitá, bruciare la cena.*

**Pag. 162, classici:**

*Questa Land Rover fa retromarcia. Questa Land Rover ha messo la marcia avanti.* Annuncio dell'anno 1981.

**Pag. 163, Students Contest:**

(In alto a sinistra) *Solo per giocatori di Playstation.* Campagna Ambient Media.

(A destra) Annuncio per Game Boy Advance SP.

(In basso, a sinistra) *Alcuni di noi preferiscono abbracciare gli alberi quando sono stati abbattuti. Claim: Che il legno viva a lungo.* Annuncio per un prodotto per mobili.

(A destra) *Ogni sera prima di una battaglia Giuseppina gli preparava un bagno fatto di latte miele e lavanda. Se la vostra Giuseppina non lo fa per voi, lo facciamo noi.* Campagna per un centro wellness.

**Pag. 164, Students Contest:**

(In alto) Campagna per uno struccante per occhi.

(In basso) *Carta da parati. Tatuaggi per le pareti.*

Le produzioni degli studenti in questa e nella pagina precedente sono state nominate per Lürzer's Archive International Student of the Year Award. I vincitori vengono scelti annualmente dai nostri lettori