SAME DEUTZ-FAHR

Archivio Storico e Museo SAME.

HISTORICAL ARCHIVES AND MUSEUM



Visioni d'Impresa

Corporate visions

SAME DEUTZ-FAHR ATTRAVERSO I DÉPLIANT PUBBLICITARI

SAME DEUTZ-FAHR IN ADVERTISING DEPLIANTS





"Francesco Cassani fu uno dei forse quattro o cinque interpreti reali dello sviluppo della meccanizzazione agricola italiana, certo fra i più coraggiosi e avveniristi, anticipatore delle esigenze future di un'agricoltura quale solo da pochi anni si va realizzando".

Giuseppe Pellizzi
Docente di meccanica e meccanizzazione agricola all'Università Statale di Milano

"Francesco Cassani was one of perhaps four or five genuine promoters of the development of agricultural mechanisation in Italy; certainly one of the bravest and most far-sighted, always one step ahead of the future demands of an agriculture which was to be realised only in recent years".

Giuseppe Pellizzi
Mechanics and Agricultural Mechanisation
Professor, Università Statale di Milano

Disegno tecnico, Autofalciatrice 851, 1946. (SAM I L 1946-35)
Technical drawing, Mowing Machine 851, 1946. (SAM I L 1946-35)

VISIONI D'IMPRESA
SAME DEUTZ-FAHR ATTRAVERSO I DÉPLIANT PUBBLICITARI

La comunicazione è considerata uno degli strumenti essenziali per l'impresa, al pari del lavoro, del capitale e delle macchine, o forse più, perché senza comunicazione il prodotto "non esiste".

Ogni azienda è parte di una realtà sociale, culturale ed economica: per essere vincente deve sapersi misurare con l'esterno e sviluppare una strategia comunicativa al passo con i tempi, dai media tradizionali ad internet.

I materiali pubblicitari devono saper motivare l'utente cui sono rivolti.

È per questo che alla base vi è sempre uno studio preliminare del cliente e del mercato di riferimento affinché il messaggio risulti non solo mirato, ma anche fuso in modo equilibrato ed accattivante con la grafica e le immagini.

Il risultato finale è poi dato anche da una serie di accorgimenti che rendono il materiale pubblicitario originale rispetto ad altri, come la scelta del formato, del tipo di carta e degli slogan.

È in questo contesto che si inserisce il dépliant pubblicitario SAME DEUTZ-FAHR: viste le ridotte dimensioni rispetto a un catalogo o a una brochure illustrativa, risulta essere un ottimo strumento per reclamizzare i trattori di nuova produzione e veicolare l'immagine aziendale.

I dépliant SAME, marchio storico del Gruppo, testimoniano oltre settant'anni di progressi compiuti nel campo della meccanizzazione agricola, per operatori con esigenze sempre nuove e con linee pubblicitarie in costante evoluzione.

Dai primi dépliant risalenti agli anni Trenta, graficamente essenziali, si passa a quelli del decennio successivo, caratterizzati da un maggiore spazio riservato ai dati tecnici e slogan di sicura presa, come il ricorrente "Basso costo - Minimo consumo".

Il colore è invece il fattore predominante del ventennio Cinquanta-Sessanta: la tecnica della stilizzazione è ampiamente utilizzata e si alterna con fotografie di repertorio nelle quali il trattore si conferma protagonista assoluto, costantemente posizionato in primo piano.

Dalla lettura dei dépliant di quegli anni, risulta evidente che la storia della pubblicità corre parallela alla storia del mutamento sociale: la figura femminile è frequentemente ritratta alla guida del trattore, mentre lavora nei campi e nel riconosciuto ruolo di madre di famiglia.

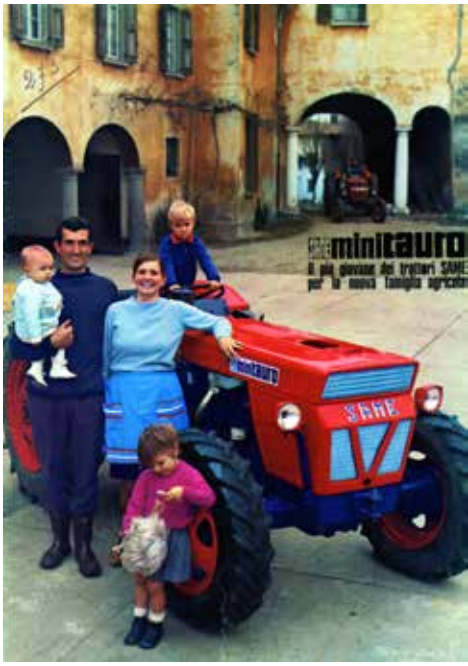
Dagli anni Ottanta in avanti le brochures si caratterizzano per l'estrema sintesi, pur senza rinunciare a tutte le notizie necessarie, le immagini prendono il posto delle parole: la figura del trattore è accompagnata da slogan immediati come "Iron – La terra è ai suoi piedi".

Infine, una selezione di depliant degli altri marchi del gruppo LAMBORGHINI, DEUTZ e FAHR concludono il percorso espositivo, confermando un'attenzione particolare nella ricerca di caratteri identitari forti e distintivi, capaci di emergere grazie al loro stile individuale.

L'esposizione consente di allargare lo sguardo anche al ruolo dell'Archivio Storico: non solo luogo deputato alla conservazione dei documenti prodotti dalle attività aziendali, ma anche fonte per ricerche storiografiche e interne all'azienda e punto di partenza per campagne pubblicitarie future.

La mostra si propone di valorizzare una fonte storica, il dépliant pubblicitario, capace di portare alla luce gli elementi creativi e comunicativi che hanno consentito alla SAME di imporsi nel corso degli anni sui mercati italiani e internazionali, in contesti sempre diversi e sempre più complessi.

I dépliant esposti sono solo che una minima parte del ricco patrimonio di materiali pubblicitari conservati nell'Archivio Storico SAME, il quale conta, tra depliant e cataloghi pubblicitari, oltre 4.500 unità catalogate e in costante incremento.



Communication is seen as an essential tool for companies-taken to be just as much of a priority as capital, machines and the job itself, or perhaps even higher, because without communication the product "is non-existent".

Every company is part of a social, cultural and economic panorama. Therefore, in order to be a winner it must be able to benchmark and develop a communication strategy that is in-step with the times, from traditional media to the Internet.

Advertising materials must actually motivate the target audience.

This is why a preliminary study of the customer and the market of reference is always at the base of all this, so that the message is not just targeted but is also consistent with the values of each single brand in addition to being attractive thanks to its graphics and images.

The final outcome is then also the result of certain touches that make the advertising material more unique than others, like which slogans are chosen, the size and the type of paper.

This is where the SAME DEUTZ-FAHR advertising dépliant comes in; given that it has much fewer pages than a catalogue or an illustrative brochure, it is an excellent tool for advertising new tractor models and to convey the corporate image.

The dépliants for SAME, a historic brand in the Group, speak to over seventy-years of progress made in the field of farming machinery for those in the industry whose constantly changing needs are strongly reflected in the constantly evolving advertising lines.

They range from dépliants dating back to the 1930s with minimal graphics to those of the next decade that tended to leave more room for technical data and catchy slogans, like the frequently used "Low price – Minimum consumption".

Instead in the two-year span from 1950 to 1960, colour was the factor most focused on. The technique of stylisation is broadly used, trading off with winning pictures that star the tractor, always shot with a close-up.

By reading dépliants from those days, it becomes quite clear that the history of the ads runs parallel to the history of the evolution of society. The female figure is frequently depicted behind the wheel of a tractor while farming and in the popular role of the homemaker.

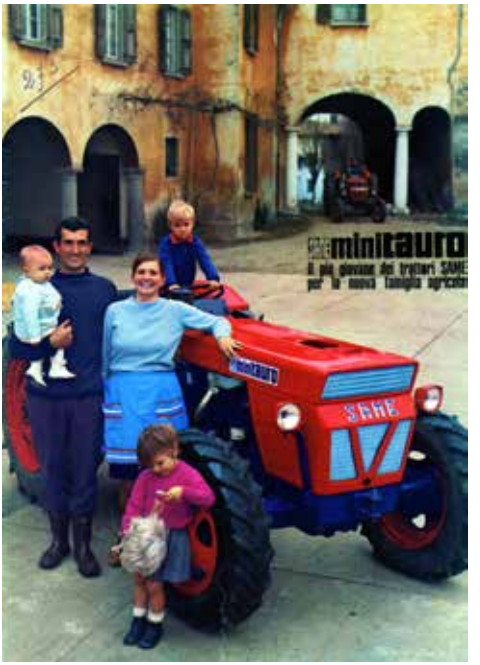
From the 1980s onward, the dépliants are extremely brief; without cutting all essential news, pictures take the place of words. Pictures of tractors are paired with sharp slogans like "Iron – The Earth is at its Feet".

Finally, a selection of dépliants of other brands in the LAMBORGHINI Trattori, HÜRLIMANN, DEUTZ-FAHR Group complete the exhibition tour, affirming the focus on the search for strong and distinctive characteristics that form an identity and emerge thanks to a unique style.

The show calls our gaze to the Historical Archive, too. This is not just a place where documents generated from the company's business are kept, but it is also a source for historiographic research within the company and a springboard for future ad campaigns.

The exhibit seeks to enhance a historical source, the advertising depliant, capable of bringing the creative and communication elements that enabled the Group's brands to break into Italian and international markets, against entirely different backgrounds that are increasingly complex.

The dépliants shown are just one part of the rich heritage of advertisements kept in the SAME historical archive which houses, together with dépliants and ad catalogues, over 4,500 units catalogued, which are constantly on the rise.



La trattrice italiana di pace e di guerra, anni 1927-1949

The Italian tractor of peace and war



1927



1948



1943



1949

Le quattro ruote motrici, anni '50

Four-wheel drive, 1950s



1952



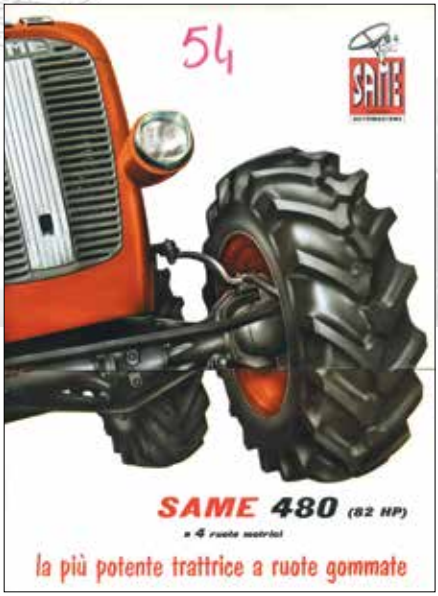
1956



1953



1956



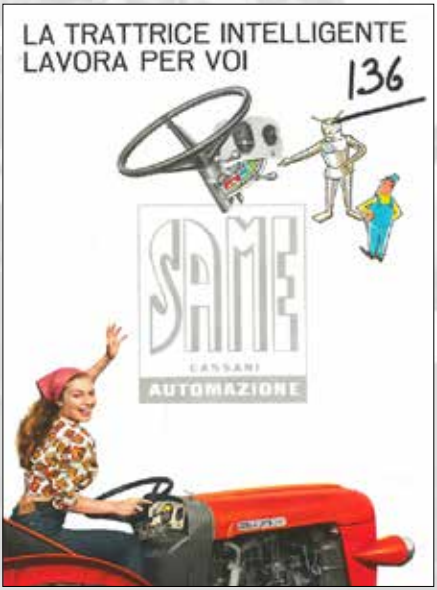
1959

La trattrice intelligente, anni '60

The intelligent tractor, 1960s



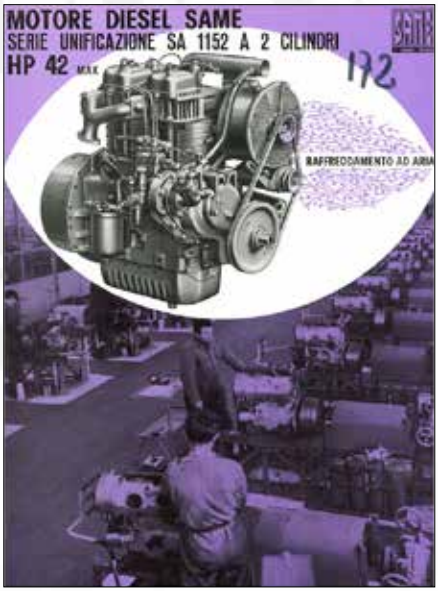
1961



1960



1962



1962



1964



1964

Robusto e sicuro come un'antica fortezza, anni '60

Solid and safe as an ancient fortress, 1960s



1963


SAMECAR
ELEFANTE AC 6X6
AUTOCARRO RIBALTABILE

1965


SAME
DINOSAUR

1965

Il valore della differenza, dal 1975 ad oggi

The value of being different, from 1975 to today



1975



1983



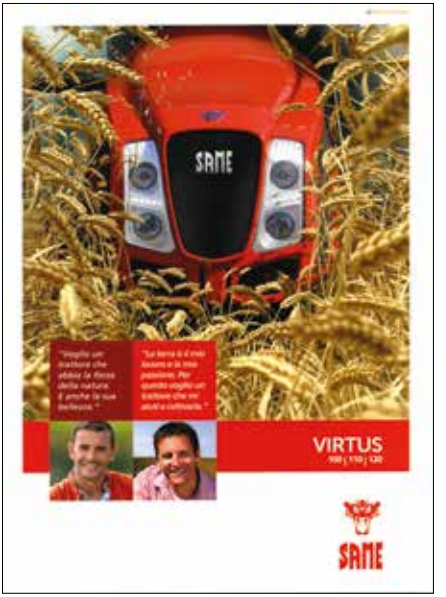
1990



1995



2002



2012

Un nome prestigioso, un'affermazione che continua, 1957-1974

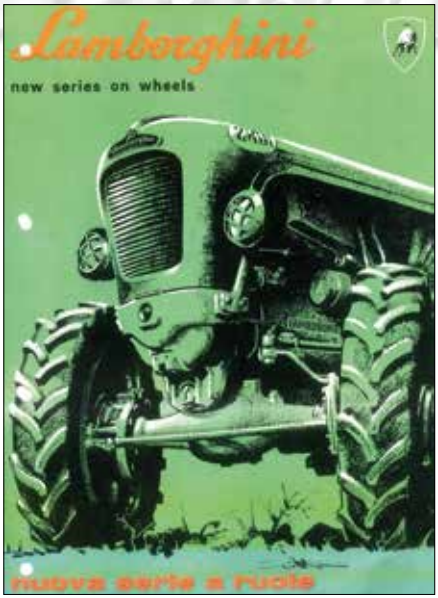
A prestigious name, an enduring statement



1957



1962



1964



1972



1972



1974

Lamborghini vi invita ad arrampicarvi molto più in alto, 1983-2013

Lamborghini invites you to climb to a higher level



1983



1987



1992



1994



2007



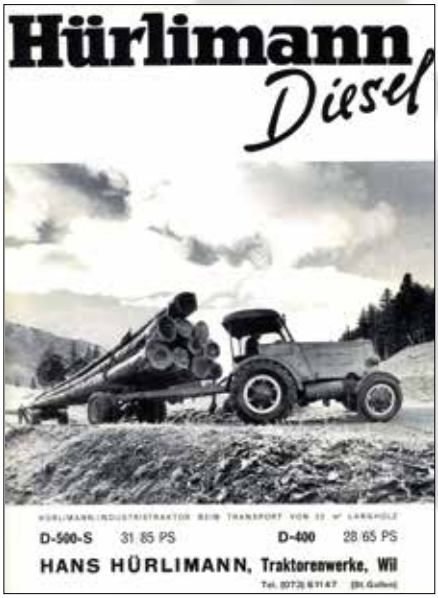
2013

Per chi pretende di più, dagli anni '50 ad oggi

For those who want more, from the 1950s to today



1951



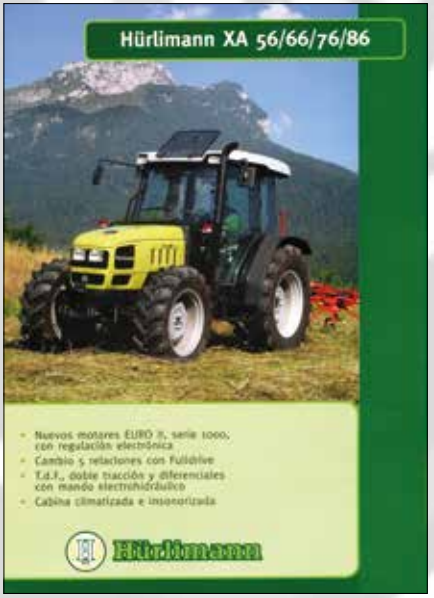
1957



1979



1981



2003



2013

Per chi vuole raccogliere in fretta e con sicurezza, anni '50

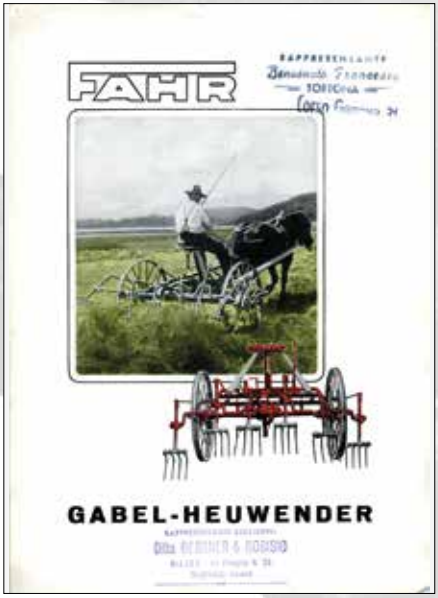
For those who'd like to harvest fast and safely, 1950s



1950

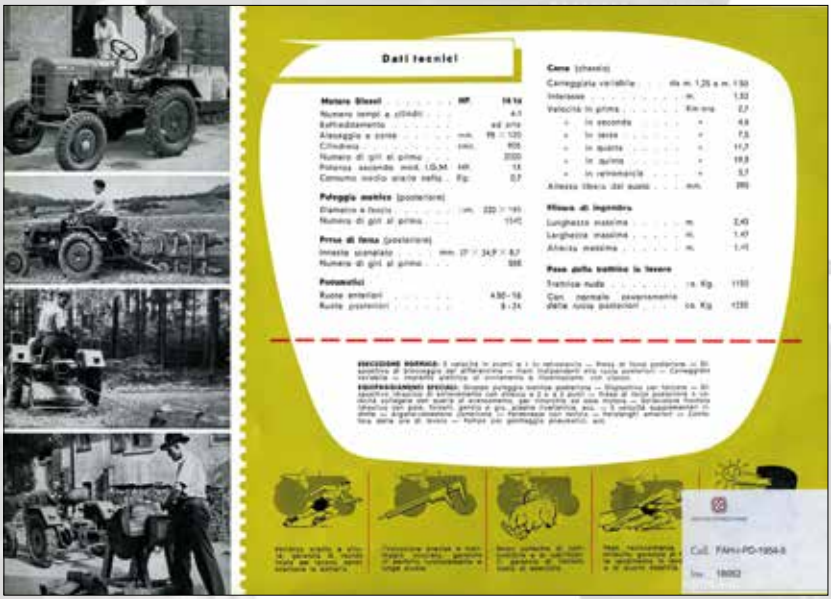


1951



1952


FAHR
La grande marca di fama mondiale!
AGENTE
BENVENUTO FRANCILLO
Corso Giulio II
TORINO
7 modelli
di trattrici Diesel:
D. 90 HP. 14/16
D. 130 HP. 22/25
D. 180 - H HP. 28/32
D. 270 HP. 35/40
D. 270 - H HP. 35/40
D. 400 - A HP. 50/56
D. 540 HP. 65/72
Per l'agricoltura
e per l'industria!
ESCLUSIVISTI:
GESSNER & BOSISIO
MILANO - Via Perugino, 36 - Tel. 540.455
554.880
Agente Generale per l'Italia: ANTONIO FARINA - VERONA


Dati tecnici
Motore Diesel HP 14 16
Numero cilindri 4
Raffreddamento ad aria
Alesaggio e corsa mm. 95 × 120
Cilindrata cmc. 905
Numero di giri al primo 2000
Potenza assorbita mod. I.D.M. HP. 13
Consumo medio orario nella . Kg. 0,7
Ruote anteriori 4.50 - 16
Ruote posteriori 9 - 24
Peso della trattrice in lavoro
Trattrice nuda ca. Kg. 1150
Con normale zavorramento della ruota posteriori ca. Kg. 1350
Cod. FAHr-PD-1954-II
Inv. 18052

1954

La forza e il progresso, 1899-1970

Strength and progress


Gasmotoren-Fabrik Deutz.

Maschinenmarkt in Breslau

I. Eine Benzin-Locomobile

Vorzüge

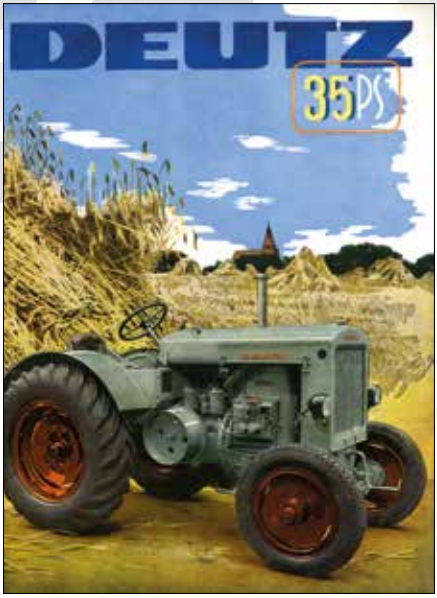
Dampf-Locomobilen.

Gasmotoren-Fabrik Deutz

1899



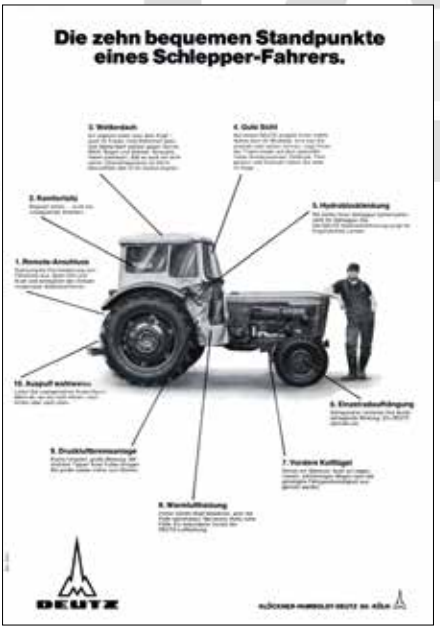
1950



1952


DEUTZ-Grün...
...wird nie rostbraun.
DEUTZ

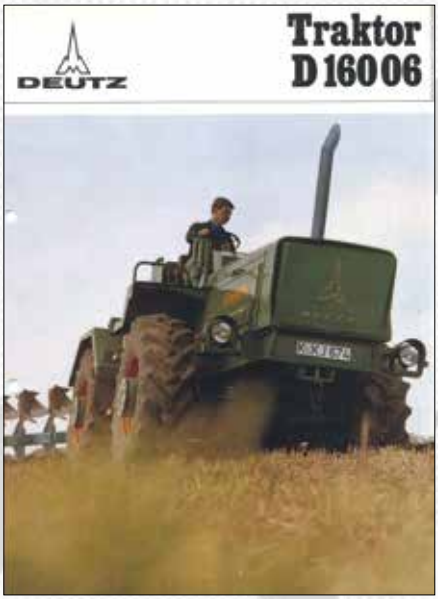
1967


Die zehn bequemen Standpunkte eines Schlepper-Fahrers.
DEUTZ

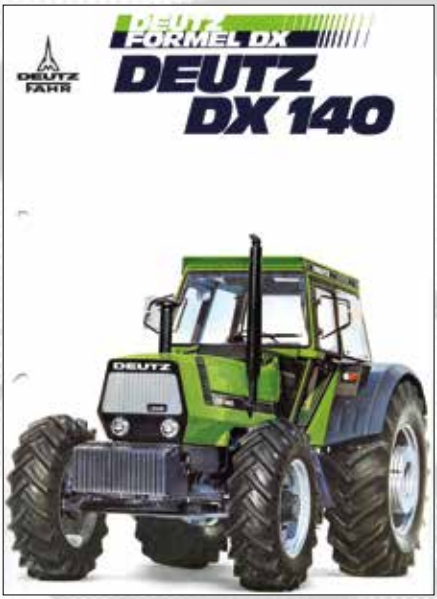
1967

Per guardare al futuro due occhi non bastano, dal 1970 ad oggi

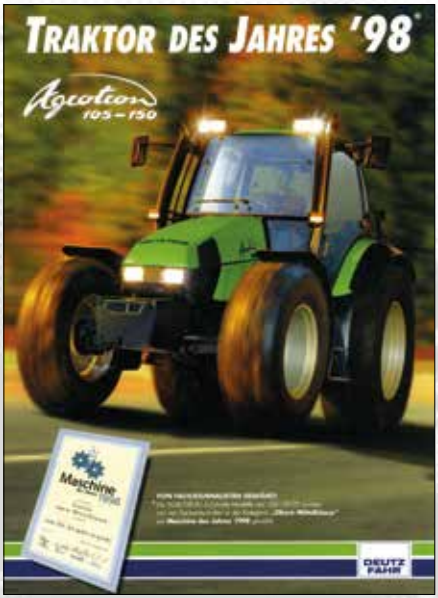
To look to the future, one pair of eyes isn't enough, from 1970 to today



1970



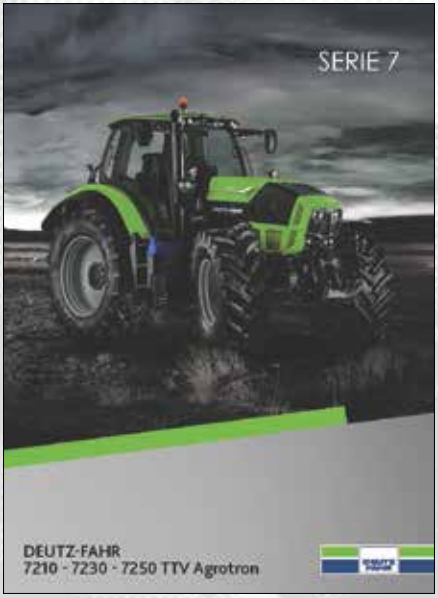
1978



1988


PER GUARDARE AL FUTURO,
DUE OCCHI NON BASTANO.
NUOVA SERIE 7
Deutz-Fahr Agrotron TTV
DEUTZ FAHR

2012


SERIE 7
DEUTZ-FAHR
7210 - 7230 - 7250 TTV Agrotron

2013

Consistenza e arco cronologico dei materiali catalogati (aggiornamento 2013)
Content and period of catalogue-listed material (2013 update)

Categoria / *Category*	Periodo / *Period*	Consistenza / *Content*
ARCHIVIO DOCUMENTI *DOCUMENTS ARCHIVE*	1919	280 buste *280 sleeves*
BIBLIOTECA (monografie, emeroteca) *LIBRARY (monographs, newspapers and magazines)*	1955	330 vol.; 37 testate (440 buste); tesi (n. 80) *330 books; 37 publications (440 sleeves); dissertations (80)*
BILANCI / *BALANCE SHEETS*	1969	19 buste / *19 sleeves*
BREVETTI / *PATENTS*	1930	6 volumi / *6 volumes*
CALENDARI / *CALENDARS*	1966	133 calendari / *133 calendars*
CATALOGHI / *CATALOGUES*	1927	155 buste / *155 sleeves*
FILMATI *VIDEOS*	1945	1000 filmati (VHS, UMATIC, CD, DVD) *1000 videos (VHS, UMATIC, CD, DVD)*
HOUSE ORGAN *HOUSE ORGANS*	1959	24 testate (115 buste) *24 publications (115 sleeves)*
MACCHINARI E MODELLI IN SCALA *MACHINERY AND SCALE MODELS*	1936	57 modelli *57 models*
MATERIALE FOTOGRAFICO *PHOTOGRAPHIC MATERIAL*	1918	5.440 stampe fotografiche *5,440 photo prints*
PREMI DIPLOMI ONOREFICENZE *PRIZES, DIPLOMAS, AWARDS*	1934	189 pezzi *189 pieces*
PUBBLICAZIONI TECNICHE *TECHNICAL PUBLICATIONS*	1945	3.574 volumi *3,574 volumes*
PUBBLICITÀ / *ADVERTISING*	1931	176 buste / *176 sleeves*
RASSEGNA STAMPA / *PRESS REVIEW*	1928	58 buste / *58 sleeves*
PROGETTI E DISEGNI TECNICI *PROJECTS AND TECHNICAL DRAWINGS*	1927	200.000 disegni *200,000 drawings*

INFORMAZIONI E SERVIZI

Recapito: ARCHIVIO E MUSEO STORICO SAME
Viale F. Cassani 15 - 24047 Treviglio (BG)
+39-0363-421695 +39-0363-421896

Email: archiviostorico@sdfgroup.com

Sito: http://www.archiviostoricosamedeutz-fahr.com

Apertura al pubblico: da lunedì a venerdì su appuntamento, ore 9,00-17,00

Ingresso: gratuito

INFO AND SERVICES

Contact: ARCHIVES AND SAME HISTORICAL MUSEUM - Viale F. Cassani 15 - 24047 Treviglio (BG)
+39-0363-421695 +39-0363-421896

Email: archiviostorico@sdfgroup.com

Website: http://www.archiviostoricosamedeutz-fahr.com

Opening hours: by appointment, from Monday to Friday, from 9 am to 5 pm

Entrance: free

Visite guidate: su prenotazione, anche in inglese, francese e tedesco.

Servizi aggiuntivi: Biblioteca, bookshop, giftshop, copie digitali documentazione tecnica, auditorium, visita stabilimento. Accesso ai disabili. Assistenza tesi di laurea.

Come arrivare:

- In auto: Autostrada A4 Milano–Brescia, uscita Cavenago, SS 11 direzione Cassano d'Adda–Treviglio. Autostrada A1 Milano–Bologna, uscita Lodi, SS 415–472 direzione Bergamo–Treviglio.
- Autolinee: da Milano e Bergamo.
- In treno: linea Milano - Venezia, Stazione Treviglio Centrale
  linea Milano - Cremona, Stazione Treviglio Centrale
  linea Milano - Bergamo, Stazione Treviglio Ovest

Guided tours: also in English, French and German. Advance booking required.

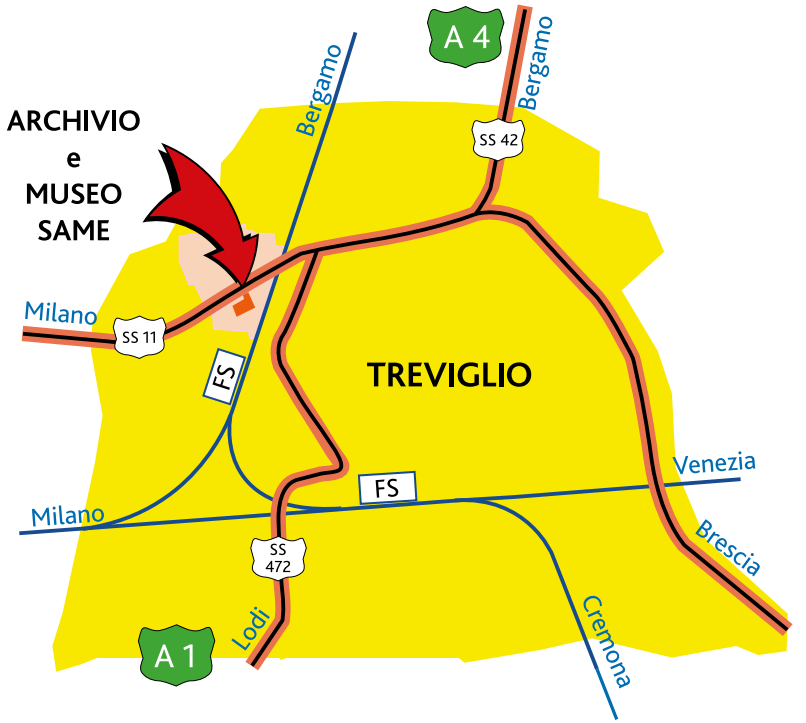
Also available: Library, bookshop, gift shop, digital copies of technical documentation, auditorium, visit to production facilities. Disabled access. Assistance for dissertations.

How to get here:

- *By car: A4 Milan–Brescia Motorway, Cavenago exit; SS (State road) 11 in the Cassano d'Adda–Treviglio direction.*
  A1 Milan–Bologna Motorway, Lodi exit; SS (State road) 415–472 Bergamo–Treviglio direction.
- *Bus lines: from Milan and from Bergamo.*
- *By train: Milan – Venice line, Treviglio Centrale Station*
  Milan – Cremona line, Treviglio Centrale Station
  Milan – Bergamo line, Treviglio Ovest Station

L'Archivio e il Museo si trovano all'interno dello stabilimento SAME nella zona Est dell'abitato.

The Archives and the Museum are located inside the SAME production facilities in the Eastern area of town.



SAME DEUTZ-FAHR