



[ Ieri e oggi: la rete commerciale Edagricole. Da sn. **Luigi Bello**, **Andrea Battistini** (ancora attivo) **Gianfranco Lacalamita**, **Nino Piras**, **Tiziano Lambertini** (ancora attivo), **Isora Rossi**, **Ester Orsi**, **Eugenio Occhialini** (oggi publisher) e **Mauro Bertacchi**.

[ Gli altri uomini della rete di oggi. Dall'alto: **Andrea Bonazzi**, **Riccardo Ferrari**, **Federico Piacentelli**, **Domenico Pipia**, **Fiorenzo Saggese**, **Mario Servieri**, **Michele Vanuzzo**.

[ 50 ANNI DI "TERRA E VITA" ] L'intuizione di Perdisa e la rete degli agenti

## L'industria per l'agricoltura

[ DI ROBERTO BARTOLINI ]

**I**l generale Lambert, che nel 1941 dirigeva le officine Fiat Trattori di Modena, lanciò al professor Luigi Perdisa l'idea di realizzare un numero speciale della rivista Genio Rurale dedicato alla meccanica agraria. Si associarono subito all'iniziativa Giovanni Landini e Francesco Cassani, che era il geniale progettista della Landini. In poche settimane venne costruito uno speciale con un titolo intonato all'epoca: "A terre italiane, macchine italiane". Quello storico primo numero speciale dell'anteguerra, contraddi-

stingue la vocazione del Perdisa editore che sin dall'inizio fu quella di creare un flusso continuo di informazioni tecniche ed economiche tra il mondo della ricerca e dell'industria verso gli imprenditori agricoli, con l'obiettivo di far progredire l'agricoltura nel segno dell'innovazione.

Perdisa, accanto a una redazione di giovani che in seguito all'acquisizione di Terra e Vita si potenzierà senza sosta sino alla fine degli anni ottanta, costruisce una rete commerciale di agenti che, anno dopo anno, diventano veri specialisti nei diversi comparti dell'agricoltura. Dalle grandi industrie ai piccoli artigiani, tutti coloro che lavorano in

agricoltura vengono contattati più volte all'anno dalla rete commerciale Edagricole e il successo di una formula vincente, che trasforma l'agente di vendita in un prezioso consulente, si protrae senza sosta da decenni.

Terra e Vita nasce da un lavoro di squadra con i redattori e i produttori di pubblicità che, nel rispetto dei diversi ruoli, perseguono l'obiettivo comune di portare nelle case degli agricoltori le ultime novità capaci di migliorare il lavoro e i conti aziendali. Si diceva una volta che la pubblicità è l'anima del commercio, per noi la pubblicità è sempre stata, prima di tutto, una preziosa fonte di informazione. ■

