

Motocross

dal 1971 la rivista sportiva del fuoristrada

volume 06

GIUGNO



Chase Sexton - SX Champion

06/20
23



€ 8,00 in Italia | P.I. 01.06.2023

52esimo anno | mensile

[t](#) [f](#) [i](#) [www.motocross.it](#)



50
ANNI

1 9 7 3 - 2 0 2 3

G i l b e r t o
M a n c a s s o l a
r i p e r c o r r e
m e z z o s e c o l o
d i s t o r i a.
M a n o n s o l o...

di Edoardo Pacini



mio padre è sempre stato un visionario, ma un visionario pragmatico. un uomo concreto

È

l'anno 1973 e Gianni Mancassola inizia una meravigliosa avventura che oggi trova sintesi

dentro un brand riconosciuto in tutto il mondo. Quella di Athena non è però solo la storia di un uomo ma di un gruppo di persone che hanno creduto in quell'uomo.

Il 1973 è una ricorrenza molto speciale per la famiglia Mancassola...

"È l'anno in cui mio padre fondò Athena e al tempo stesso sposò mia madre".

Le parole sono quelle di Gilberto Mancassola: Gilberto figlio di Gianni, Chief Operation Officer Parts Division.

"Due passi molto importanti dal punto di vista professionale e sentimentale. Le origini di mio padre discendono da una famiglia di agricoltori, che del resto era il tessuto sociale dell'epoca nella nostra terra, ma sin da piccolo (è nato nel '47) ha sempre avuto l'istinto imprenditoriale. Dei nove fratelli, mio padre fu l'unico ad aver avuto un'istruzione che gli consentisse di sviluppare il suo talento. Mosso dalla forte

volontà di fare impresa, nel '73 ebbe l'idea di iniziare l'attività di produzione di guarnizioni motori, un settore che conosceva da precedenti esperienze lavorative. Con pochi soldi a disposizione acquistò la sua prima fustellatrice che sistemò nel granaio di casa. Allora Bagnolo era una frazione di Lonigo di 500 anime, molte delle quali diedero un grosso contributo allo sviluppo dell'allora piccola impresa di papà".

'Ricerca del nuovo, cambiamento, rottura verso tutto ciò che è convenzionale e soddisfare i bisogni non ancora percepiti'. Ho citato un pensiero di tuo padre. Che vale oggi come allora...

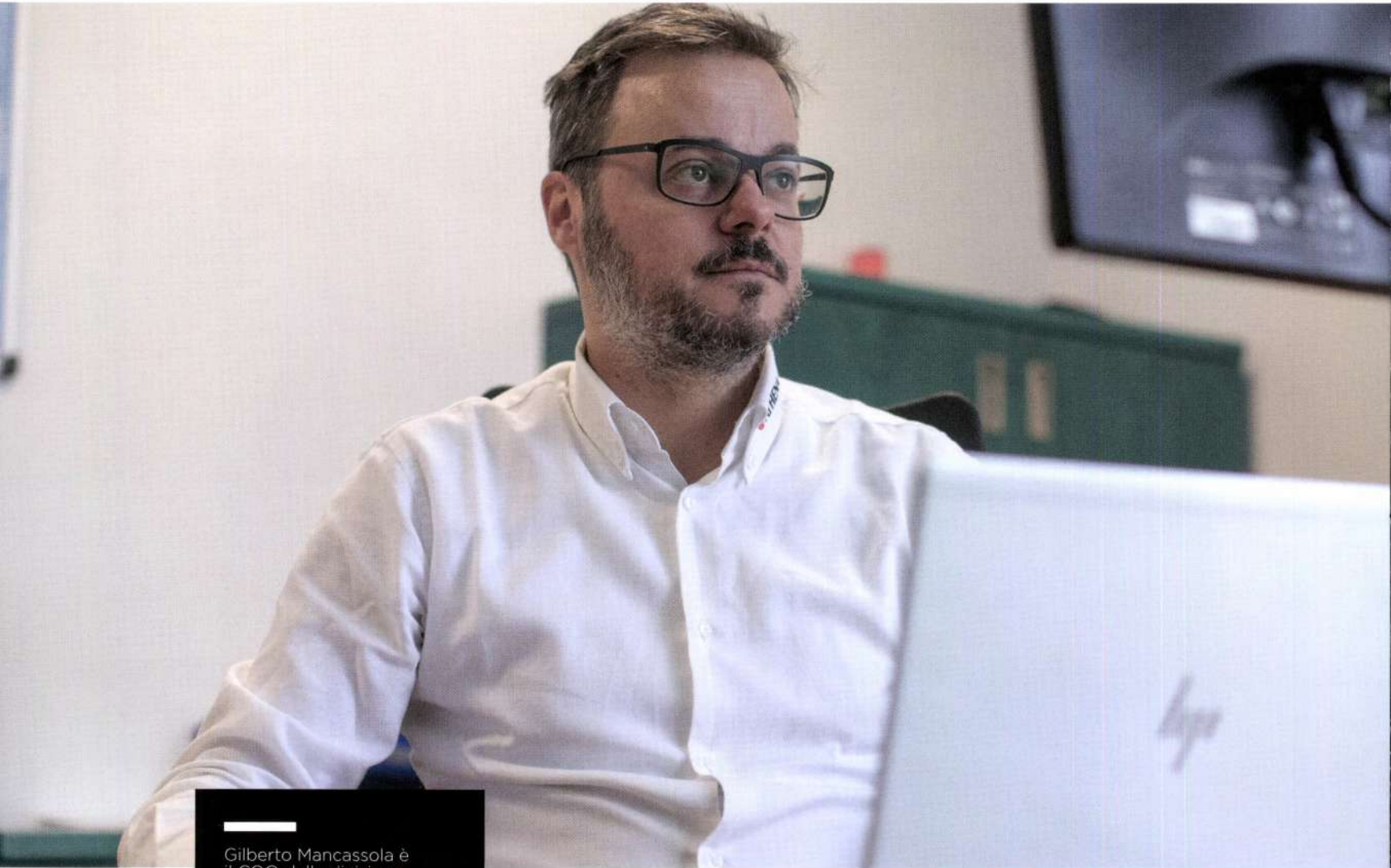
"Mio padre è sempre stato un visionario, ma un visionario pragmatico. Un uomo concreto. Cinquant'anni fa esprimeva concetti ai quali si ispirano tutt'oggi le visioni di magnati della finanza. Ed essendo cresciuto in campagna, la sua visione del futuro l'ha sempre tradotta nel lavoro manuale: più fatti che parole. Ha sempre avuto grande dedizione nel creare qualcosa dal nulla. È un imprenditore atipico, non un accentratore, ha saputo modellare una struttura manageriale che funzionasse a prescindere dalla sua presenza. Le attività in cui si appassiona ancora oggi sono tutte rivolte

al futuro, come il settore dei ricambi, quello dell'elettrico, dell'idrogeno, fino alla produzione di vino. Un ritorno al suo passato".

Oggi il marchio Athena è declinato in più attività. Dalla produzione di guarnizioni a quella dei gruppi termici, fino a pistoni e quant'altro... Tutte idee partorite dalla mente di vostro padre oppure c'è anche il contributo dei figli?

"Ogni ambito produttivo dell'azienda è nato da un processo di condivisione comune. La sua formazione e le sue competenze si esprimono nel primo impianto. Il settore dell'aftermarket è stato concepito da Erardo Ratzenbeck, il CEO di Athena, cui fanno riferimento quattro Chief Operating Officer, uno per divisione. Io gestisco il settore ricambi moto, auto e marini, mio fratello Michele si occupa invece di distribuzione di prodotti due ruote, moto e bike, c'è poi la divisione industria gestita da Alessandro Tomasi, cioè primo impianto per automotive e altri settori, per finire con GET, il settore dell'elettronica diretto da Marco Mogentale. Athena oggi è il frutto di opportunità di mercato e di nostre idee che siamo stati capaci di concretizzare. Siamo consapevoli che la focalizzazione sul prodotto potrebbe essere una chiave





—
Gilberto Mancassola è
il COO della divisione
ricambi moto, auto e marini
di Athena.



competitiva importantissima, ma la sfida di Athena è quella di diversificare la sua offerta, essere efficace e competente esprimendo la nostra visione in ciascuna di queste aree totalmente agli antipodi”.

Siete talmente grandi, occupate aree di mercato tanto diverse fra loro che gestire un'azienda articolata come la vostra dev'essere un lavoro piuttosto complesso...

“Abbiamo iniziato negli Anni '70 a produrre guarnizioni di primo impianto, a metà degli Anni '80 grazie anche all'intuizione di Erardo, appassionatissimo di enduro, è stata aperta la divisione aftermarket delle nostre guarnizioni a marchio Athena. Competenza, esperienza e tecnologia non ci mancano certo. La nostra identità prima di tutto. La sfida è quella di offrire un prodotto unico riuscendo a trasferire nel modo corretto le informazioni a supporto del prodotto stesso. La gestione del dato è importante”.

Nei cinquant'anni di storia quali sono stati i momenti chiave che hanno fatto di Athena un brand di successo?

“Come dicevo, il primo passo fondamentale è stato alla fine degli Anni '80 con l'entrata nel mondo dell'aftermarket, cominciando a dare esposizione al marchio Athena, cosa che con il primo

impianto non era obiettivamente possibile. Aprirci al mondo del ricambio significava farci conoscere a livello internazionale. L'80% del nostro fatturato in questo specifico settore proviene dall'estero. Dopodiché, nel 1998 abbiamo aperto la nostra prima sede partecipata extra Italia in Brasile, la Vedamotors, un gioiello di tecnologia, una divisione produttiva per il Sudamerica quasi esclusivamente concentrata sulle guarnizioni aftermarket. Il ricambio moto è il nostro fiore all'occhiello, siamo stati i primi ad esplorare questa branca di mercato concorrente al prodotto originale, soprattutto nel settore delle guarnizioni. Ognuna delle nostre sedi partecipate sparse nel mondo ha delle dinamiche specifiche, ma con lo stesso imprinting della casa madre. È molto importante per noi avere dei partner industriali all'estero. L'obiettivo delle sedi extra Italia è quello di presidiare i mercati locali. Motivo per il quale nel 2004 abbiamo aperto Athena USA, di fatto una logistica di distribuzione del prodotto moto sul territorio americano. La prima sede era a Long Island, poi una decina di anni fa ci siamo trasferiti in Florida. Nel 2007 siamo entrati nel settore dell'elettronica con l'acquisizione di GET, oggi molto orientata anche ai primi equipaggiamenti, tre anni dopo

abbiamo fatto ingresso nelle quattro ruote, inizialmente proponendo una gamma aftermarket di guarnizioni testata-cilindro per il racing, dopodiché acquisendo la Guarnitauto, storico produttore di guarnizioni per alte performance.

Nel 2016 abbiamo aperto la nostra sede in Cina, in cui è organizzata tutta la logistica locale e che si occupa di sviluppo del prodotto per i fornitori asiatici. Non escludo che in futuro possa diventare anche un polo produttivo di Athena. Per noi è fondamentale l'aspetto ingegneristico tanto quanto quello tecnico-produttivo. Nel 2018 abbiamo poi costruito il nostro hub logistico, concepito inizialmente per la gestione dell'aftermarket ma già destinato a nuovi progetti di livello superiore, mentre l'anno dopo abbiamo acquisito delle quote societarie della SCE Gaskets, un'azienda americana con sede nel Tennessee produttrice di guarnizioni racing per auto e primo impianto moto. Nel 2021 abbiamo infine aperto un ufficio commerciale auto e moto a San Pietroburgo, un mercato che si stava aprendo con successo ma, per ragioni intuibili, non ha purtroppo portato risultati. La Russia sarebbe stata un mercato molto importante per noi, come lo è stato per un certo periodo l'Iran.

Anno per anno siamo cresciuti, ad oggi contiamo quasi mille dipendenti nel mondo, di cui oltre la metà solo qui in Italia, e un fatturato che si aggira intorno ai 160 milioni. Siamo usciti indenni da due crisi, quella finanziaria del 2007-2008, molto dura da superare, e quella post pandemia. Paradossalmente, dal 2019 al 2021 sono stati anni di crescita nonostante il covid. Nel periodo di pandemia i nostri dipendenti si sono stretti attorno a noi, aiutandoci ad arginare il problema dimostrando tutti un forte attaccamento all'azienda. E ne siamo usciti ancora più uniti e forti di prima. I nostri dipendenti sono la vera spina dorsale di Athena e vogliamo ringraziarli uno ad uno per esserci stati sempre fedeli".

Athena con la Divisione Sportech distribuisce marchi importanti nel settore moto, auto, sport, e-mobility, tech, outdoor e tecnici industriali. Ricordiamo Troy Lee Designs, Leatt, Dunlop, Ogio e molti altri. Immagina una attenta gestione dei magazzini: da una parte pistoni, cilindri e guarnizioni prodotti e stoccati per i mercati due e quattro ruote e dall'altra i brand della distribuzione.

"Fino a pochi mesi fa era tutto gestito in un solo magazzino, le differenze di logistica ci hanno spinto a considerare nuove strategie e di conseguenza stoccaggi dedicati. L'obiettivo del prossimo anno sarà quello di specializzare il nostro prodotto aftermarket, come presentarlo al meglio: pistoni in primis, poi cilindri e guarnizioni per l'appunto. Da qui l'esigenza di avere una logistica interna che possa esprimere un valore aggiunto, rappresentando una parte integrante del processo produttivo. Ciò significa contare su un team che non lavori per compartimenti stagni ma che si confronti quotidianamente su tutte le dinamiche di gestione prodotto, proponendo nuove idee, nuove soluzioni. Dall'ufficio tecnico al marketing, all'ufficio acquisti il flow non deve subire intoppi".

Il mondo sta cambiando. Si parla sempre meno di endotermico e sempre più di nuova mobilità sostenibile. Cosa ci riserverà il futuro di

Athena? Cosa dobbiamo aspettarci da qui in avanti negli anni?

"Mio padre ha sempre guardato al futuro, io invece vedo delle grandi opportunità nel passato e nel presente. In qualche maniera le nostre vedute si compensano. Al di là di quello che ci riserverà il futuro, il mondo del ricambio continuerà a vivere e a generare numeri importanti. La domanda capitale è: quanto il mondo delle moto stradali sarà esclusivamente elettrico? A mio giudizio, e spero di non sbagliarmi, non lo diventerà. Si sta discutendo sul fatto che, come per le auto, un domani non tanto lontano anche le moto endotermiche non potranno più essere prodotte.

È anche una decisione politica, per la quale in un prossimo futuro nuove normative decreteranno giocoforza le sorti del mercato. Cosa dovremo aspettarci non lo so. Non ho la risposta. Posso dirti invece come si sta attivando Athena di fronte a questa incertezza. Il mercato moto è in calo, i colossi del primo impianto stanno avendo difficoltà a sostenere numeri sempre minori. Mentre per noi quei numeri sono un'opportunità interessante. Occorre però fare degli investimenti mirati, avere la giusta flessibilità ed essere competitivi. Una delle nostre mission è proporre al mercato prodotti unici Made in Italy già a partire dal grezzo. Per noi la qualità è



Oltre alle guarnizioni, i kit motori per moto fuoristrada 2 e 4 tempi sono uno dei fiori all'occhiello di Athena.

una leva competitiva su cui puntiamo molto, anche con mirate strategie e investimenti, ed è un nostro punto di forza. Siamo riconosciuti in tutto il mondo per la qualità ed affidabilità dei nostri ricambi e ciò è certamente una cosa di cui andiamo fieri.

Al di là che una moto sia endotermica o elettrica, le sospensioni sono imprescindibili in entrambi i casi. Motivo per cui ci stiamo specializzando nelle componenti per forcelle, come paraolio e parapolvere".

Parlando di geopolitica, ci sono mercati emergenti dove intravedere nuove opportunità?

"I Paesi dell'Est Europa sono parti-

colarmente interessanti e ci stanno dando grandi soddisfazioni. L'Australia è un mercato fiorente, stiamo poi iniziando a muoverci anche in Asia, soprattutto Emirati e Dubai. Athena è un'azienda familiare ma molto dinamica, rivolta al futuro con investimenti continui su tecnologia, R&D, qualità e metodologia di sviluppo. Significa avere una gestione scientifica del portafoglio di prodotto. Grazie al supporto di alcune società di consulenza abbiamo allo studio un progetto di come essere più efficaci in merito. Un'altra delle belle sfide di Athena. Che in 50 anni di vita sono state tantissime. Te lo assicuro!".

