

Andrea Erranti e i trent'anni di OB Elettronica

Dal magazzino alla guida di OB Elettronica: Andrea Erranti racconta trent'anni di scelte, errori e cambi di rotta. Dalla trasformazione degli antenisti in professionisti digitali alla sfida degli umanoidi, un percorso costruito imparando ad abbandonare le certezze.

 obelettronica.it



► Andrea Erranti, presidente del Gruppo OB Elettronica, guida una realtà composta da nove punti vendita distribuiti tra Brescia, Orzinuovi, Milano, Cremona, Parma, Novara, Varese e Verona.

In questa intervista ripercorre le tappe decisive della sua esperienza imprenditoriale: il passaggio dalla vendita dei prodotti ai servizi, la nascita di PG Italy, gli investimenti da ripensare, il rapporto con i manager e la responsabilità di lasciare spazio ai collaboratori.

Andrea, partiamo dal magazzino. Che cosa facevi nel 1996? Scaricavo la merce, preparavo gli ordini e sistemavo gli scaffali. Imparavo i prodotti toccandoli con mano. Non sono nato dietro una scrivania e credo sia stata una fortuna.

Che cosa ti ha insegnato quel lavoro? Che un errore apparentemente piccolo può lasciare un installatore fermo e un cliente arrabbiato. Ho imparato osservando chi ne sapeva più di me e ascoltando i clienti. Ancora oggi provo a ricordarmi che cosa succede dall'altra parte.

Quando hai cominciato a decidere per l'azienda? Gradualmente. Dal magazzino sono passato al banco, poi al commerciale, agli acquisti e ai fornitori. A un certo punto non vendevo più soltanto quello che avevamo: decidevo che cosa avremmo dovuto vendere il giorno dopo.

Ed è lì che si diventa imprenditori? È lì che cambia tutto. Quando decidi tu, se sbagli non puoi più dare la colpa a nessuno. Dici di ragionare ancora con gli occhi del magazziniere e dell'installatore.

Un esempio recente? ProntoElettronica. Sarebbe stato facile chiudere alcuni punti vendita e aprire un e-commerce. Ma l'installatore può essere su un tetto o davanti a un cliente e scoprire che gli manca un prodotto. Gli servono disponibilità, logistica veloce, competenza e qualcuno che risponda al telefono o su WhatsApp. Portiamo online OB, non soltanto il catalogo.

Nel 2003 arriva Sky. Che cosa cambia? Sky ci insegna che non basta vendere una parabola o un decoder. Dobbiamo organizzare migliaia di installazioni e coordinare tecnici, appuntamenti, materiali e tempi. Passiamo dalla scatola al servizio. È stata una scuola straordinaria.

Quel modello funzionerebbe ancora? Non nella stessa forma. Oggi sarebbe pericoloso dipendere da un solo mercato o da un grande

committente. Bisogna muoversi prima che qualcun altro ti comunichi che il tuo modello non funziona più.

Quando l'antennistica ha iniziato a perdere peso, dove avete guardato?

Prima è arrivato il satellite, poi internet via radio con Linkem, quindi Fastweb e la connettività satellitare di Starlink. Abbiamo allargato lo sguardo alla fibra ottica, anche attraverso l'esperienza con il Consorzio SDEN, al networking, alla sicurezza, alla climatizzazione e più in generale a tutti quei servizi tecnologici che stavano entrando nelle case e nelle aziende.

Il principio, però, è sempre rimasto lo stesso: L'installatore non doveva scomparire insieme all'antenna: doveva evolversi, acquisire nuove competenze e diventare sempre più il punto di riferimento tecnologico del cliente.

È stato costoso cambiare? Il costo maggiore è stato abbandonare alcune certezze. Quando un settore ti ha dato da mangiare per vent'anni, è difficile accettare che domani potrebbe non bastare.

Avete investito molto anche nella formazione. Come capisci se un corso ha funzionato?

Quando il tecnico, il giorno dopo, sa fare qualcosa che prima non faceva. Non mi interessa riempire una sala per scattare una fotografia. La formazione deve produrre lavoro.

E se il programma non intercetta i bisogni reali?

Lo cambiamo. Se raccontiamo ciò che interessa a noi e non ciò che serve agli installatori, dobbiamo correggerci. Spesso la formazione migliore nasce dalle domande che arrivano dal fondo della sala.

Nel 2017 nasce PG Italy. Perché OB non bastava più?

OB era forte sul proprio territorio, ma alcuni progetti richiedevano una presenza nazionale. PG Italy mette insieme imprese indipendenti, punti vendita e installatori in una rete capace di dialogare con grandi aziende e gestire commesse nazionali.

Qual è oggi il tuo ruolo nella rete?

Sono stato uno dei promotori e contribuisco alla direzione strategica. Paolo Minto, tra i protagonisti della nascita della rete Sky Service in Italia, guida la parte operativa.

Una rete di imprenditori non ha bisogno dell'uomo solo al comando: servono persone che lavorino nella stessa direzione.

Parliamo allora dei numeri: oltre 120 imprenditori, 300 punti vendita e mille installatori. Che cosa rappresentano?

Una capacità operativa diffusa, attivabile in funzione dei progetti. Non significa che mille persone lavorino ogni giorno per PG Italy. Siamo partiti da televisione e satellite; oggi lavoriamo con fibra, networking, sicurezza, smart home e servizi.

In trent'anni, quale investimento rifaresti diversamente?

Più di uno. Avvolte l'errore non è scegliere un progetto sbagliato, ma innamorarsene troppo. PG Italy mi ha assorbito molte energie. Anche Fast Service è stata, ed è, una scommessa economica importante.

Che cosa hai imparato?

Che l'imprenditore rischia di investire ancora per dimostrare che aveva ragione, anche quando i numeri suggeriscono di cambiare strada. Fermare o ridimensionare un progetto non significa aver fallito. Significa aver capito.

Hai sollevato anche un tema delicato: il rapporto con i manager. Perché?

In questi anni ne ho avuti parecchi. Un manager può dare molto, ma costa e non sempre restituisce all'azienda il valore che assorbe. L'imprenditore vive il rischio sulla propria pelle; il manager lo vive in modo diverso. Non è una critica alla figura in sé. È una differenza da valutare quando si affidano responsabilità importanti.

Chi ha preso una decisione migliore della tua in un momento importante?

Tante persone. Collaboratori che mi hanno detto "Andrea, stai sbagliando" e avevano ragione. Penso al mio commercialista e amico Ezio. Quando diventi il capo, devi creare un'azienda nella quale qualcuno abbia ancora il coraggio di contraddirti.

Perché è così importante?

Se intorno a te hai soltanto persone che ti danno ragione, prima o poi prenderai una decisione sbagliata convinto che sia quella giusta. Un imprenditore non deve avere sempre ragione: deve riconoscere una buona idea, anche quando non è sua.

E dopo trent'anni, qual è il tuo ruolo in campo?

Capire quando è arrivato il momento di fare un passo indietro, andare a centrocampo e mettere i collaboratori nelle condizioni di segnare. È così che crescono le persone e, con loro, l'azienda. ■

MILESTONES

1996 - L'inizio

Dal magazzino agli acquisti: imparo l'azienda partendo dal basso

2003 - Dalla vendita al servizio

Con Sky, dalla vendita passo al coordinamento delle installazioni.

2010 - Una nuova responsabilità

Con l'uscita dei soci, assumo più responsabilità alla guida di OB.

2017 - Nasce PG Italy

Una rete di imprese, negozi e installatori per progetti nazionali.

2026 - Trent'anni, guardando avanti

Da 30 anni anticipiamo il mercato, con nuovi servizi e tecnologie.



**I negozi del Gruppo
OB Elettronica**



**Scopri i servizi del Gruppo
OB Elettronica**

