



Quando l'artigiano è innovatore

L'azienda Kontak è nata all'inizio degli anni Novanta grazie all'idea geniale di Luigi Fabretto per rendere respirabile la propoli. Oggi ha sede a Merate ed è portata avanti dai suoi tre figli

MERATE (cde) Un'idea geniale, capace di dar vita ad un'azienda e che continua ad evolversi e ad innovare attraverso i decenni, portata avanti da un'intera famiglia con grande passione, amore per il lavoro artigiano e per la natura. Alla base di Kontak, impresa con sede a Merate e punto di riferimento nella produzione e commercializzazione di prodotti a base di propoli italiana e biologica, c'è proprio la brillante intuizione avuta da **Luigi Fabretto** all'inizio degli anni Novanta: oggi l'attività portata avanti dai suoi tre figli fattura circa 900mila euro (dato 2024), cresce del 5% ogni anno e lavora 300 chili di propoli ogni dodici mesi. Abbiamo ripercorso questa storia geniale con **Ivano Fabretto**, figlio di Luigi e attuale titolare di Kontak.

Ivano, come è nata questa avventura imprenditoriale?

Dobbiamo tornare negli anni Ottanta, quando la mia famiglia viveva ancora a Torino. Mio padre è stato uno dei primi tecnici diplomatosi alla scuola Radioelettra: aggiustava i televisori, ma aveva l'hobby dell'apicoltura e frequentava questo settore con passione. Luigi era genio e «sregolatezza»: all'epoca inventò le fotocellule, ma non riuscì a depositare il brevetto per mancanza di fondi.

Veniamo all'intuizione su cui si basa Kontak: ci può spiegare?

Alla fine degli anni Ottanta visitò un'azienda nel torinese che aveva acquistato uno strumento per rigenerare i fogli cerei scaldandoli, fatto che in precedenza avveniva manualmente. Bene, il titolare disse a mio padre: «Sai che da quando ho questa macchina non ho più problemi di gola?». Subito si accese una lampadina: è il miele? No. Rimangono cera e propoli, dato che i fogli cerei vengono propolizzati dalle api. Di conseguenza papà si rese conto che era necessario inventare qualcosa per rendere la propoli respirabile. Per un anno si chiuse in un piccolo laboratorio a bruciare propoli: stava cercando le temperature con cui, riscaldando la propoli, si riuscisse a sublimare la sua



frazione volatile. Rendendola dunque respirabile.

Dopo tanti sforzi, Luigi è arrivato al risultato...

Sì, registrò il brevetto e mostrò quanto ottenuto al massimo esperto di propoli in Italia all'epoca, il professor **Luciano Pecchiai**, lasciandolo entusiasta. Quindi si arrivò al primo diffusore con capsule di ricambio della durata di 122 ore, che inizialmente fu proposto ai farmacisti. Si tratta di un sistema geniale e unico, perché la propoli viene riscaldata gradualmente e a differenti temperature, avviene dunque l'estrazione totale dei principi attivi e la fra-

zione volatile va nel cavo orale, poi direttamente nei bronchi.

Come si è sviluppata Kontak?

Siamo partiti senza nessun finanziatore, rivolgendosi a farmacie ed erboristerie, per poi avviare i contatti con l'estero, specialmente in Germania e in Giappone. A metà degli anni 2000 papà iniziò ad avere problemi di salute, che portarono alla sua prematura scomparsa nel 2008. Sono gli anni in cui io, mio fratello **Alessandro** e mia sorella **Cristina** prendemmo in mano le redini dell'azienda. Sempre nel 2008 Kontak

cambiò regione, spostandosi a Pozzo d'Adda, nella Martesana. Il nostro arrivo a Merate è datato 2014: cercavamo un capannone di piccole dimensioni, con uffici e sale riunioni e così optammo per trasferirci qui, dove tutt'ora si trova la nostra sede. Oggi io sono il titolare, mi occupo della parte creativa, seguo la produzione, lo sviluppo del prodotto e la parte commerciale, mentre Alessandro è il commerciale per l'estero e Cristina si dedica alla comunicazione a 360°. Accanto ai diffusori di propoli per la sanificazione ambientale mettiamo a disposizione una linea di caramelle e gelè realizzata con ingredienti naturali e biologici, così come prodotti altre specialità salutari.

Come è stato il vostro passaggio generazionale?

L'azienda sin dalla sua nascita è stata intestata a me e a mio fratello, per volere di nostro padre. Entrambi ci siamo costruiti di giorno in

giorno, sul campo, senza frequentare l'università, tant'è che io sono diplomato in elettrotecnica. Le prime fiere sono state un'esperienza incredibile, abbiamo dovuto imparare tutto da zero. Ora possediamo un background solido, maturato vivendo e sbagliando: il mio pallino è iscrivermi all'università per un corso di marketing d'impresa, focalizzato sul business. In ogni caso l'innovazione non è mai mancata e continua a spingerci oggi, caratteristica chiave sia per nostro padre che per noi.

Oggi il 90% del vostro fatturato deriva dal commercio con l'estero: perché avviene ciò?

In Italia non siamo riusciti a sfondare e di conseguenza il nostro processo di internazionalizzazione, di cui oggi si parla molto, è iniziato parecchi anni fa. Ci siamo accorti che il Made in Italy è particolarmente apprezzato fuori dai confini nostrani. Si è trattata quindi di una scelta strategica e lungimirante, che ci ha portato prima nel Regno Unito e nel resto dell'Europa e in seguito anche negli Stati Uniti e in Canada. Negli anni siamo poi entrati nel mercato giapponese-coreano e persino in Medio Oriente, dove ora vogliamo incrementare il nostro export.

Non solo internazionalizzazione: puntate molto anche sui canali online?

Questa è stata un'altra scelta vincente messa in atto prima dello scoppio della pandemia. In precedenza il nostro sito era solo informativo, poi abbiamo aggiunto la parte e-commerce. In Italia è stata fatta una ristretta selezione dei punti vendita fisici, puntando ad

andare direttamente dai consumatori. Forniamo assistenza diretta, rispondiamo in prima persona e spesso i nostri consumatori parlano proprio con me, che sono il titolare. Questi sono aspetti che vengono particolarmente apprezzati. Non a caso nel 2021 abbiamo avuto il nostro picco di fatturato, toccando 1,3 milioni di euro.

Guardiamo ora al futuro: dove sta andando Kontak?

Il prossimo passo è sviluppare l'applicazione mobile, per cui abbiamo già presentato un bando con Confartigianato, in modo tale da gestire il diffusore in qualsiasi momento. Ci stiamo lavorando e dovremmo uscire a settembre 2025. Inoltre abbiamo sostituito la plastica con un materiale sostenibile. Un altro progetto in cantiere riguarda un nuovo modello di diffusore indicato per gli ambienti piccoli, realizzato in materiale riciclato, alimentato con presa usb e gestito tramite app. Infine, nella seconda metà del 2026, vorremo arrivare pronti per un dispositivo per la sanificazione di grandi ambienti, sempre con la propoli. Personalmente sto creando una serie di attività legate al mondo dell'apicoltura: vorrei realizzare un apiario olistico, concettualmente connesso all'operato di Kontak, arrivando a fare didattica con le scuole.

La conclusione è per la terza generazione: work in progress?

Attualmente è rappresentata dai miei due nipoti, ovvero dal figlio di mia sorella e da quello di mio fratello, entrambi diciottenni. Ho già iniziato a parlare con l'incubatore Como Next per sviluppare un nuovo progetto: vedo in loro due personalità che si possono combinare, uno più orientato al business, l'altro maggiormente creativo. Vorrei che capissero che hanno in mano in tempo che noi non abbiamo più, e devono investirlo nel meglio possibile fra studio e pratica. Se avranno la testa, e sono molto fiducioso, prevedo per loro e per Kontak un futuro molto roseo. E infine c'è mio figlio: ha solo 15 anni, ne riparleremo più avanti...

«INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ»

MERATE (cde) Lo scorso novembre si è svolta l'assemblea pubblica di Confartigianato Imprese Lecco, incentrata sul tema della sostenibilità. Fra gli ospiti anche Kontak che, con **Ivano e Cristina Fabretto**, ha portato la propria testimonianza agli imprenditori presenti: «In origine abbiamo cercato la propoli ita-

liana, poi siamo passati a quella biologica, ora stiamo cercando la propoli biodinamica: da sempre la nostra è una filiera italiana, di qualità. Siamo una micro-realtà che fa innovazione e sostenibilità: è possibile farlo, questa è la nostra testimonianza. Il mercato giusto si trova, bisogna cercarci».