

# KEMON GOLDEN PARTNER MEETING LJUBLJANA

## TRIMUŽIJAT D.O.O. IN KEMON ITALIJA



Sredi meseca oktobra je v prestolnici Slovenije potekalo pomembno srečanje svetovnih distributerjev in partnerjev italijanske kozmetike Kemon.

Podjetje Trimužijata, ki zastopa kozmetiko Kemon, si lahko v čast šteje tako pomembno gostovanje proizvajalca lasne kozmetike Kemon, ki spada med vodilne znamke lasne kozmetike v Italiji.

V tem času smo imeli priložnost spoznati lastnika in direktorja družbe Kemon G. Giuliana Nocentina. Oče podjetja Kemon si je vzel čas tudi za nas, nam predstavil podjetje, njihovo strategijo in dogodek sam.

Vsakoletni dogodek Kemon Golden Partners poteka vsako leto na drugi lokaciji, po svetovnih prestolnicah. Oktobra je bila deležna tega Slovenija in podjetje Trimužijata ter g. Mavricij Mužina, kot distributer Kemon za Slovenijo in Hrvaško. Gre za srečanje Kemonovih zlatih partnerjev. To je

skupina najboljših distributerjev Kemon, ki predvsem sledijo filozofiji podjetja Kemon. Tukaj so bili poslovneži iz Poljske, Nemčije, Bližnjega Vzhoda, Španije, Nemčije, Irske, Belgije.

Srečanje je že postalo tradicionalno. Kemon je s tem začel že pred šestimi leti in povabil njihove najboljše partnerje. Slednji so tesno povezani z matičnim podjetjem Kemon, so najboljši partnerji, sicer ne po velikost prodaje, temveč po tem, da so kot poslovni partnerji osvojili, sprejeli in širili Kemon filozofijo True-Visionary-Beauty (resničnost-vizija-lepota). Bistvenega pomena je kredibilnost podjetja in izdelkov, ker je v frizerskem sektorju veliko laži in neresnic. Kemon je podjetje, ki veliko

da na sestavine pri proizvodnji in vrednote tradicije, ki jih družina Nocentini prenaša iz roda v rod. Njihovi izdelki so povezani z visoko kakovostjo, potrjeno z različnimi certifikati, kot npr.: certifikat ISO 9001 – certifikat za kakovost proizvodnje, certifikat ISO 14001 - certifikat za ambient, kar pomeni ne onesnaževanje narave, različni visoko standardni normativi pri proizvodnji in certifikat za sigurnost in varnost pri delu, v izogib toksičnosti izdelkov. Gospod Giuliano Nocentini pravi, da je opisati podjetje Kemon na kratko nemogoče. Ne proizvajajo samo izdelkov ampak tudi ustvarjajo modo za frizerske salone in nudijo izobraževanja v kompleti ponudbi.

# GIUGLIANO NOCENTINI

LASTNIK PODJETJA KEMON



Lastnik podjetja **Kemon Giugliano Nocentini** nam je v sklopu **KEMON Golden partner srečanja**, ki je potekal v Ljubljani namenil nekaj časa za kratek intervju.

## ZANIMALO NAS JE, KJE POVSOD SE POJAVLJAJO KEMONOVI NASTOPI IN DOGODKI ?

»Nastopamo največ po Italiji oziroma "italijanski model" prodajamo tudi svetu. Imamo ekipo z več kot 20 ljudmi, ki razvija italijansko modo – The Italian Touch. Ekipo je hkrati internacionalna in tradicionalna, ki preučuje študije evolucije frizerskega modnega razvoja. Ekipo Kemon Fashion vodi g. Mauro Galzignato. Naši sodelavci razvijajo modo za 6 mesecev naprej. Podana sta dva pomembna dogodka mode Pomlad/Poletje in Jesen/Zima. Spomladi se modo predstavi na dogodku Kemon days v Italiji, kjer nas obiščejo frizerji iz okrog

1000 salonov. Drugi je jeseni, Fashion Night v Rimu, ki traja nekaj dni in se tam lansirajo modne tendence razvoja za vse naše kliente, nove stranke in partnerje. Tako se moda razvija naprej pri partnerjih, ki se predstavlja po svetu, kot tudi s podjetjem Trimužijati v Sloveniji 2-krat letno. Takrat se podajo modne smernice, predstavi revijo The Italian Touch, marketing material ter rezultate raziskav o modi in sicer vsakič v drugem kraju, v drugi svetovni prestolnici. Zadnja številka The Italian Touch #22 mode prihaja iz Londona. To ni samo show, je tudi poučevanje o modi ter izobraževanje in prikaz ustvarjanja frizur z uporabo Kemon izdelkov.«

## KJE POVSOD PO SVETU NAJDEMO KEMON IZDELKE?

»Izdelke izvažamo v več kot 50 držav po celotnem svetu. V Azijo, Združene države Amerike, Avstralijo, seveda v

Evropo, na Japonsko. V Orient, kjer je popolnoma drugačen trg kot v Evropi. Najdete nas tudi na Srednjem Vzhodu, Saudski Arabiji, Dubaju. Vse te države dobivajo izdelke iz Italije ter modo in smernice.«

G. Mavricij Mužina poudarja in še dodaja pomen avtonomnosti družbe Kemon. Vse se proizvaja doma v njihovi lastni hiši v Italiji. Vsi izdelki so lastna proizvodnja, od sestavin do končnega proizvoda.

G. Nocentini pritrjuje: »Naše podjetje je veliko in obsega kar 6 hektarjev delovnih površin, notranjih in zunanjih. Imamo 300 zaposlenih, če štejemo vse partnerje in distributerje nas je še več.«

## ALI VAM JE KAKŠEN IZDELEK ŠE POSEBEJ VŠEČ; PRVA STVAR MED MNOGIMI PRODUKTI KEMONA?

»Tehnološko najtežji izdelek je barva za lase, kjer smo tudi najboljši! Imamo

inovativne tehnologije za nego las in lasišča in za oblikovanje las. Pohvalimo se lahko z organsko, biološko, certificirano profesionalno linijo za nego las in lasišča. V frizerskem profesionalnem sektorju s to linijo res nimamo konkurence. Naravne sestavine in tehnologije se uporabljajo tudi pri drugih tehničnih izdelkih. Barve so nežne na laseh, spoštujejo lase ter lasišče, odlikuje jih velika obstojnost in sijaj ter zagotovljeni rezultati.«



#### **KAKŠNA JE VAŠA POZICIJA KOT PROIZVAJALCA LASNE KOZMETIKE V ITALIJI?**

»Smo med prvimi štirimi proizvajalci v Italiji, torej med največjimi v Italiji. Sploh s celovitostjo ponudbe podjetja; razvoj mode frizerstva, izdelki, proizvodnja in izobraževanje. Če izvzamenom nekatere multinacionalke, smo precej močni na modi. Na profesionalnem nivoju uporabe izdelkov pa smo na 2. mestu. Naj vam povem, da v Italiji obstaja približno 500 blagovnih znamk, razlike so predvsem v marketingu, kakovosti,



obstojnosti produktov. Trg v Italiji ni majhen, tržišče obsega kar 60 milijonov potencialnih kupcev, je pa veliko malih ponudnikov.«

#### **KAKŠNA JE VAŠA VIZIJA ZA PRIHODNOSTI, PREDVSEM ZA NASLEDNJE LETO?**

»Prestavili smo dogodek Kemon Days v Milano, poudarek je na razvoju komunikacije med distributerji in Kemonom, pa tudi na modnem oblikovanju in modi. Končni rezultat vsakodnevne dela modne ekipe je ta zaključni show. Najprej steče raziskava modnega trga, potem jo prenesejo v realnost - v prostor, jo objavijo in natisnejo, nato sledijo izobraževanja ter seminarji. Popolnoma druga stvar pa je raziskava novih izdelkov, kemične analize, laboratorij - to je srce podjetja.«

#### **KAJ SPOROČATE DISTRIBUTERJEM ALI KEMON STRANKAM ALI MOGOČE CELEMU FRIZERSKEMU SVETU?**

»Kar velja za nas, velja tudi za cel razvoj frizerstva. Frizerji morajo

biti usmerjeni v izobraževanje, v izboljševanje. Salon mora biti orientiran na končnega kupca, biti mora proaktiven v svojem delovanju. Le taki saloni se lahko razvijajo, rastejo, ostali stagnirajo ali padajo brez razvoja, zaostanek pa je vedno večji. Tudi Kemon frizerji imajo dobre izdelke za razvoj dobrih storitev, to je pogoj, to je osnova. To je ključno! Naši izdelki so čudoviti, vendar izobraževanje to še dodatno poudari, okrepi.«



#### **IN ZA KONEC ŠE KAKŠNA VAŠA MISLE ALI MORDA VAŠ ŽIVLJENJSKI MOTO?**

»Kot sem že nekajkrat omenil, vsak salon mora biti proaktiven, se izobraževati, se razvijati, zaupati v kakovost in sigurnost izdelka. Kemon s certifikati kakovosti jamčijo uspeh frizerju. Frizerji so naši glavni partnerji. Imamo izdelke za profesionalno uporabo, zato pomagamo frizerju, da se ta razvija, podajamo vedno nove zgodbe in dobre nove storitve, ki jih frizer lahko prenese na svojega končnega kupca.«

Uroš Popovič



**kemon**  
TRUE · VISIONARY · BEAUTY