

RAVEN

| Numéro 3 |



Astrup Company reste proche de ses employés et de ses clients

John Boyle & Company combine la fabrication et la distribution

Evergreen® Fabrics se bâtit une clientèle fidèle

Dickson-Constant diversifie ses produits et ses marchés



Partenariats de Glen Raven



Partenariats de Glen Raven



Chers lecteurs :

Dans le monde des affaires aujourd'hui, « partenariat » est certainement un terme dont on abuse trop souvent. Il semble que tout le monde recherche les bons partenaires pour assurer le succès.

Chez Glen Raven, nous n'utilisons pas le mot « partenariat » à la légère. Pour nous, un partenariat doit être accompagné d'exigences strictes, y compris pour tout ce qui a trait à la communication ouverte et l'intégrité. Et par-dessus tout, un partenariat signifie que tout le monde s'engage à adopter une approche gagnant-gagnant.

Dans le présent numéro du magazine Raven, nous présentons les profils de quelques-uns de nos partenaires commerciaux stratégiques. Ces sociétés sont représentatives des centaines d'organisations sur lesquelles nous comptons pour servir nos clients et soutenir la croissance et la santé de notre groupe. La plupart de ces partenariats datent de plusieurs décennies, ce qui constitue une autre exigence pour nos partenaires : l'engagement à investir pour le long terme et la capacité de ce faire.

Calico Corners vend des tissus Sunbrella au détail depuis plus de 40 ans et représente aujourd'hui une de nos plus grandes chaînes de magasins de détail ; Sunbury Textile Mills a créé les premiers tissus Sunbrella jacquard et a introduit notre marque aux revendeurs de produits décoratifs haut de gamme ; Silver State Fabrics est un distributeur et revendeur de produits décoratifs qui s'assure de la disponibilité des produits pour les professionnels de l'industrie à travers le pays ; Kermel est le leader européen des vêtements protecteurs et sa part de marché en Amérique du Nord est en croissance ; Commercial Sewing est un des plus grands fournisseurs aux États-Unis pour les fabricants de produits cousus et Graniteville Specialty Fabrics est un des premiers fabricants de tissus enduits.

Deux des partenaires dont le profil est présenté dans ce numéro – The Astrup Company et John Boyle & Company – sont des partenaires de Glen Raven depuis plus de 100 ans. Nos partenariats avec ces sociétés de distribution nationales sont devenus encore plus étroits lorsque nous les avons acquises au mois de mai. La fusion de Glen Raven avec Boyle et Astrup constitue un événement réellement marquant dans l'histoire de nos sociétés qui ouvrira la voie à des rapports plus proches avec nos clients et de nouvelles opportunités pour l'innovation qui seront bénéfiques à l'ensemble de l'industrie des tissus haute performance.

Un autre article dans ce numéro propose un profil de Dickson-Constant, notre filiale française spécialisée dans les tissus pour stores, les applications marines et spécialisées, et qui est leader sur le marché mondial des tissus à haute performance. Vous lirez également un article à propos de la gamme Evergreen, les tissus écologiques proposés par Dickson Coatings.

Dans l'esprit des partenariats, je tiens à vous remercier encore une fois pour votre collaboration et votre soutien ; je vous invite à me contacter à tout moment avec vos questions et vos commentaires.



Allen E. Gant, Jr.
Président



ASTRUP COMPANY
DEMEURE PROCHE
DE SES EMPLOYÉS
ET DE SES CLIENTS





Quand l'équipe d'Astrup Company recherche des idées novatrices, elle n'a pas besoin d'engager des expert-conseils influents ou des équipes de spécialistes nationales. Elle n'a qu'à s'adresser à ses employés de première ligne qui travaillent tous les jours avec les clients.

« Toutes les meilleures idées proviennent de nos employés de première ligne ; il nous suffit de leur demander de nous les soumettre » déclare John Kirk, président-directeur général de la société de distribution vieille de 131 ans. « Nous mettons à profit le pouvoir mental de nos employés car nous ne nous satisfaisons pas de travailler avec le même ensemble de connaissances que l'année dernière. »

L'écoute des employés, l'adoption de nouvelles idées novatrices et l'établissement de liens étroits avec les clients ont permis à Astrup Company de croître et d'évoluer depuis sa création en 1876. Tout a commencé avec William J.O. Astrup, l'arrière grand-père de Kirk, qui a émigré aux États-Unis du Danemark.

Au début, Astrup Company était une voilerie située au bord du lac Erie, dont la clientèle comptait la marine marchande qui louvoyait sur les Grands Lacs. Quand les voiliers ont été remplacés par les navires à vapeur, Astrup Company a changé son approche du marché en s'appuyant sur l'expertise des tissus au sein de la société pour développer une présence sur les marchés des stores et tentes.

Aujourd'hui, Astrup Company est toujours une entreprise familiale, guidée par les arrières petits-fils du fondateur – John Kirk et son frère Jeff Kirk, qui est président et directeur de l'exploitation. Avec son siège social à Cleveland, la société est le plus grand distributeur en Amérique du Nord de tissus et de matériel pour l'industrie des stores et l'industrie marine, offrant plus de 10 000 produits depuis onze succursales aux États-Unis, deux au Mexique et une au Canada.

« C'est pratiquement incroyable quand on y songe – une entreprise de 131 ans qui a toujours été gérée par quatre générations successives de cette famille » a déclaré John Kirk. « Il existe un club pour les sociétés de Cleveland qui ont plus de 100 ans et, quand on consulte la liste des membres, on se rend compte que nous sommes l'une des plus anciennes et que nous faisons partie du nombre réduit de sociétés qui sont restées familiales. »

Depuis 1917 (la première année pour laquelle des documents financiers existent encore), Astrup Company a toujours été rentable et a toujours versé des dividendes à ses propriétaires. Lorsque John et Jeff Kirk sont interrogés sur les secrets de leur succès, ils mentionnent tous les deux tout de suite les éléments suivants : le respect qu'ils ont pour les employés talentueux et fidèles qui restent souvent dans l'entreprise pendant 20, 30, 40 ans ou encore plus longtemps ; une culture d'entreprise qui prône le travail dur et le souci du détail ; les liens étroits qu'ils entretiennent avec les clients, dont beaucoup sont également des entreprises familiales qui ont travaillé avec trois ou quatre générations de la famille Astrup ; ainsi qu'une large gamme de produits et services qui évolue en permanence.

« La profondeur et la largeur de notre inventaire est un avantage stratégique car elles nous permettent de servir beaucoup de

marchés très divers » a déclaré Jeff. « Nous nous efforçons d'expédier toutes les commandes le jour où elles sont placées et notre objectif est d'exécuter chaque commande à 100 %. Tout ce que nous faisons est centré sur le service. »

Les produits d'Astrup comprennent des tissus et du matériel pour les structures architecturales ; les marquises à éclairage indirect, les enseignes et les structures ; les systèmes de protection solaire et les parures de fenêtres ; les capotes, bâches et intérieurs de bateau ; les meubles d'usage courant ; les supports publicitaires ; les supports numériques ; ainsi que les produits protecteurs, d'usage spécialisé et récréatifs. Outre les produits qu'elle distribue pour d'autres sociétés, Astrup fabrique du matériel pour les stores et les applications marines dans un atelier d'usinage situé à son siège social à Cleveland.

La gamme variée de produits offerts par Astrup Company comprend un large inventaire de tissus Sunbrella®, la preuve d'une relation qui date d'il y a au moins 100 ans. Les tissus Sunbrella sont les articles les plus vendus par Astrup.

« Au fil des années, Glen Raven s'est très bien adaptée à divers marchés » a déclaré Jeff. « Notre objectif a toujours été de nous imposer comme le meilleur agent de marketing dont dispose Glen Raven et celle-ci s'est efforcée de nous fournir les produits dont nous avons besoin pour servir nos clients. Sans cette association, nos deux entreprises n'auraient pas connu le même succès. »

« Nous recrutons et gardons des employés compétents et nous cultivons une culture basée sur le travail dur et le souci du détail. »

John Kirk

Au cours des années récentes, Astrup a beaucoup investi dans des systèmes informatiques et des logiciels qui permettent l'accès en ligne, en temps réel à des informations sur tous les aspects de l'entreprise. Cette infrastructure informatique croissante comprend un système qui permet aux clients de commander des produits en ligne et un nouvel outil de conception en ligne conçu pour l'industrie de l'accueil.

En dépit de l'introduction de la technologie informatique la plus récente, John et Jeff Kirk désignent toujours leurs employés comme la composante la plus importante de leur société.

« Nous recrutons et gardons des employés compétents et nous cultivons une culture basée sur le travail dur et le souci du détail » déclare John. « Nous comprenons les attentes de nos clients et nous assurons qu'ils ont accès à ces produits aux endroits et au moment où ils en ont besoin. Il s'agit purement et simplement de travailler dur et de se soucier des détails. »

Pour obtenir plus d'informations sur Astrup Company, visitez leur site web www.astrup.com.

JOHN BOYLE & COMPANY COMBINE LA FABRICATION ET LA DISTRIBUTION



Statesville (Caroline du Nord), une communauté historique de 25 000 habitants près des contreforts des montagnes Blue Ridge, n'est pas vraiment un endroit où l'on s'attendrait à trouver une technologie textile unique. C'est pourtant ce qu'abrite le siège social de John Boyle & Company, qui utilise deux rares machines à tricoter avec insertion de trame de plus de 6 mètres de large.

Les tissus créés par cette technologie de pointe sont utilisés pour stabiliser les sites d'excavation, ainsi que par les forces armées du pays. Un site de fabrication en Géorgie aux États-Unis enduit les tissus tissés à Statesville de revêtements polymères brevetés qui augmentent la durée de vie du tissu et lui confèrent les caractéristiques spéciales recherchées par les clients.

« Notre société n'est pas la plus importante dans notre secteur mais, en notre qualité de fabricant et distributeur, nous sommes à même d'offrir à nos clients plusieurs capacités inégalées et un niveau de service extraordinaire » a déclaré Michael B. Dorfman, PDG de John Boyle & Company. « Notre philosophie a toujours été de réinvestir en permanence dans notre entreprise pour garantir que nous disposons des ressources nécessaires pour satisfaire les besoins extrêmement variés de nos clients. »

La capacité de s'adapter à un environnement changeant est une partie inhérente de la culture d'entreprise de John Boyle & Company, qui a été fondé par un fabricant de voiles anglais, John Boyle, qui a émigré à New York en 1853 et a fondé sa société en 1860. Au-delà de la fabrication de voiles, John Boyle a étendu ses activités à la fabrication de produits destinés aux soldats de la Guerre de Sécession : tentes, bâches et produits en toile. John Boyle s'est vu attribuer un contrat lucratif pour la fabrication des sacs à courrier du gouvernement et s'est même lancé dans la fabrication de bagages en cuir soigneusement confectionnés.

Dans les années 1870, John Boyle s'est vu attribuer un brevet pour des machines développées pour traiter des tissus de stores à rayures, qui a été le précurseur de l'une des principales gammes actuelles de produits de la société. Au fil des années, les tissus proposés par John Boyle & Company ont évolué en même temps que l'économie en évolution constante du pays, allant des voiles pour navires à voiles et des bâches pour les chariots couverts qui transportaient les pionniers vers l'Ouest aux bâches utilisées sur les premiers wagons de chemin de fer qui ont accéléré l'expansion du pays d'une côte à l'autre. John Boyle a même

fourni les tissus pour les tentes du cirque Barnum & Bailey.

Les opérations de fabrication ont été transférées à Statesville (Caroline du Nord) en 1960 et le siège social de l'entreprise a suivi en 1982. L'année suivante, John Boyle a acquis R.J. Stern, un fabricant de produits miniers en Virginie occidentale, ce qui lui a donné accès au marché de la ventilation des puits de mine.

Aujourd'hui, John Boyle & Company est une combinaison unique de fabricant et de distributeur ; environ un tiers des produits que vend la société sont fabriqués par celle-ci. Les opérations de fabrication se situent en Caroline du Nord et en Géorgie ; des filiales de vente et des centres de distribution sont installés dans le Rhode Island, le New Jersey, l'Indiana, le Missouri, la Pennsylvanie, le Texas, la Floride, la Californie et la Géorgie.

« Nous sommes un point de vente multiservices pour les stores, les applications marines et les applications industrielles. »

William W. White

« Notre société a toujours été soucieuse de n'épargner aucun effort pour ses clients, c'est l'une des raisons pour lesquelles nous possédons des capacités de production qui nous permettent d'offrir des produits spéciaux dont nous contrôlons la qualité » a déclaré William W. White, vice-président des ventes et du marketing. « La diversité de nos opérations nous protège également des ralentissements économiques et explique notre longévité de 150 ans. Si un marché est en recul, d'autres marchés prennent le relais. »

La diversité des activités de Boyle en qualité de distributeur et de fabricant a créé des opportunités pour la société de développer des partenariats à long terme dans le secteur des tissus industriels, y compris une relation avec Glen Raven qui date de plus de 100 ans. Boyle distribue les tissus Sunbrella pour les stores et les applications marines et achète des tissus en polyester tissés fabriqués par l'usine de Glen Raven située à Burnsville en Caroline du Nord.

« Nous menons des activités variées dans divers secteurs, mais l'innovation dans le secteur des textiles est une constante dans



tout ce que nous faisons » a déclaré Dorfman. « Ce qui nous rend relativement unique est notre double capacité de fabricant et de distributeur. Du fait de cette combinaison, nous sommes constamment à la recherche de nouveaux produits à développer et à commercialiser. »

Dans le domaine de la fabrication, John Boyle & Company se spécialise dans le tricot, les revêtements et la stratification. L'utilisation finale de ces produits comprend des grilles géotextiles, des applications militaires, des stores, des bâches pour bateaux, des tentes, des calicots, des bâches pour piscines, la ventilation des mines de charbon, des applications industrielles et des prélaris, ainsi que des fournitures d'emballage pour l'expédition de pièces automobiles. La société est reconnue pour son expertise dans les tissus ignifugés, sa large gamme de couleurs, sa capacité à nuancer les couleurs, son souci du détail pour ce qui concerne le contrôle de la qualité et son engagement profond à la recherche et au développement.

Au delà de sa capacité de fabricant, Boyle est une société de distribution à service complet dont la clientèle principale est composée de fabricants de stores et d'applications marines. La ligne de produits offerts par Boyle comprend des tissus

et des gammes complètes de matériel, d'outils et d'accessoires. Grâce à ses 10 centres de distribution, la livraison le lendemain est assurée à tous ses clients à travers le pays.

« Nous sommes un point de vente multiservices pour les stores, les applications marines et les applications industrielles » a déclaré M. White. « Nos clients vont littéralement de fabricants qui commandent deux mètres de tissu à la fois, aux clients qui ont des chiffres d'affaires dans les millions de dollars par an. Cela constitue un des aspects formidables de notre société. Nous sommes capables de répondre à des besoins très divers. »

Pour obtenir plus d'informations à propos de John Boyle & Company, visiter www.johnboyle.com.

PAGE EN REGARD Équipe de gestion de Boyle, de gauche à droite, William White, vice-président ventes et du marketing ; Rich Lippert, vice-président de la fabrication ; Michael Dorfman, président ; Jeffrey Brown, directeur financier. CI-DESSUS Machine à tricoter avec insertion de trame de 6 mètres de large.

GRANITEVILLE SPECIALTY FABRICS FAIT PREUVE DE RÉSILIENCE



6

La résilience est une qualité inhérente de Graniteville Specialty Fabrics. Cette société basée à Aiken (Caroline du Sud) a orchestré une remontée après un déraillement de train, un déversement accidentel de chlore et la liquidation subséquente par l'ancienne société mère. Après avoir surmonté tous ces défis, Graniteville s'est encore une fois imposée comme un fournisseur innovant de revêtements à base d'eau et de solvants qui attire une clientèle fidèle qui compte Glen Raven parmi ses membres.

« Grâce à nos capacités uniques, nous avons pu renouer les liens avec la plupart de nos clients et nous remettre sur pied » a déclaré Jim Egan, président de Graniteville. « Nous pouvons enduire pratiquement tous les produits, qu'il s'agisse de toiles de peintres ou de produits sophistiqués destinés à l'équipement militaire moderne. Notre technologie brevetée confère aux produits les caractéristiques de performance qui ne sont pas disponibles ailleurs. »

« Nous nous concentrons sur les applications spécialisées qui nous permettront de garder notre avantage concurrentiel qui résulte de la technologie requise. »

Jim Egan

L'histoire de Graniteville Specialty Fabrics remonte à 1845 et à la fondation de Graniteville Company, une des premières usines de textile du Sud des États-Unis. En 1996, Graniteville a été acquise par Avondale Mills, qui a géré la société jusqu'à un déraillement tragique de train en 2005. Du chlore toxique et très corrosif a été déversé à quelques centaines de mètres des installations de Graniteville Specialty Fabrics.

Après avoir terminé la restauration de l'usine de fabrication de Graniteville Specialty Fabrics en 2006 pour un coût de 9 millions

d'USD, Avondale Mills a annoncé en mai de la même année que, suite à une opération de nettoyage d'un coût total 140 millions d'USD, les opérations ne pouvaient pas être poursuivies ; Avondale avait décidé de se défaire de la société. Un groupe d'investisseurs locaux mené par Weldon Wyatt a acquis Graniteville Specialty Fabrics et a relancé les activités de l'usine complètement remise en état en août 2006, comme une entité autonome.

Avec 16 500 mètres carrés d'espace de fabrication et un effectif de plus de 100 employés, Graniteville Specialty Fabrics est de nouveau en mode de croissance. La société s'appuie sur son expertise dans les revêtements spécialisés qui vont de la résistance à la chaleur pour les planches à repasser aux tissus ignifugés pour des applications commerciales. Plusieurs de ses applications de revêtement ajoutent l'imperméabilité à l'eau aux tissus, en particulier ceux pour les applications marines et les stores. La société crée également des revêtements qui ajoutent de la couleur, prolongent la résistance aux UV et assurent la protection incendie.

« Nous nous concentrons sur des applications spécialisées qui nous permettront de maintenir notre avantage concurrentiel qui découle des exigences technologiques » a déclaré Jim Egan, un vétéran de l'industrie textile avec 28 ans d'expérience. « Nous créons des produits qui sont difficiles, voire impossibles à reproduire et qui nous permettront de maintenir notre position d'avant-garde. »

En sus des services d'apprêt de tissu sur commande, Graniteville crée ses propres produits pour stores, ainsi que pour des applications marine et industrielle. Astrup Company et John Boyle & Company sont des distributeurs majeurs de ces produits.

« Nous rétablissons notre position sur le marché et nous imposons graduellement » a déclaré Kevin Crean, vice-président exécutif des ventes pour Graniteville Specialty Fabrics. « En matière de revêtements à base d'eau et de solvant, il n'y a rien que nous ne



puissions faire ; ceci attire beaucoup de clients qui sont à la recherche de capacités uniques dans le domaine des revêtements. »

Un des meilleurs clients de Graniteville est Glen Raven qui, en 1998, s'est fiée à l'expertise de Graniteville pour la création d'un revêtement pour son tissu polyester pour applications marines Sur Last teint dans la masse. En même temps, Graniteville est devenu un client de Glen Raven, achetant des tissus tissés fabriqués par l'installation de tissage de Glen Raven à Burnsville (Caroline du Nord).

« Glen Raven et Graniteville sont à la fois concurrents et clients l'un de l'autre » a déclaré Kevin Crean, un vétéran de l'industrie des revêtements spécialisés avec 30 ans d'expérience. « Nous sommes concurrents sur le marché des stores et des applications marines, ils font appel à notre expertise dans les revêtements en qualité de client et nous faisons appel à eux pour nos besoins en tissu écri. Ce partenariat restreint à ses débuts continue à croître d'une année à l'autre et demeure très positif pour nos deux sociétés. »

Un des nouveaux aspects les plus passionnants du partenariat entre Graniteville et Glen Raven est la création récente d'un nouveau tissu revêtu conçu pour l'armée. Ce nouveau tissu est conçu pour des gilets pare-balle qui sont des articles importants de l'habillement de combat et permettent aux soldats d'y fixer une large gamme d'équipements.

« Nous avons créé un revêtement unique qui non seulement rend le tissu résistant au feu, mais le rend également hydrofuge » a déclaré Jim Egan. « D'un point de vue technique, la combinaison de ces caractéristiques est extrêmement difficile à réaliser car leurs compositions chimiques ont tendance à être incompatibles. » Dans le cadre du partenariat récent, Glen Raven tisse les tissus et joue le rôle principal pour le marketing. De son côté, Graniteville est responsable de l'application de la technologie brevetée qui

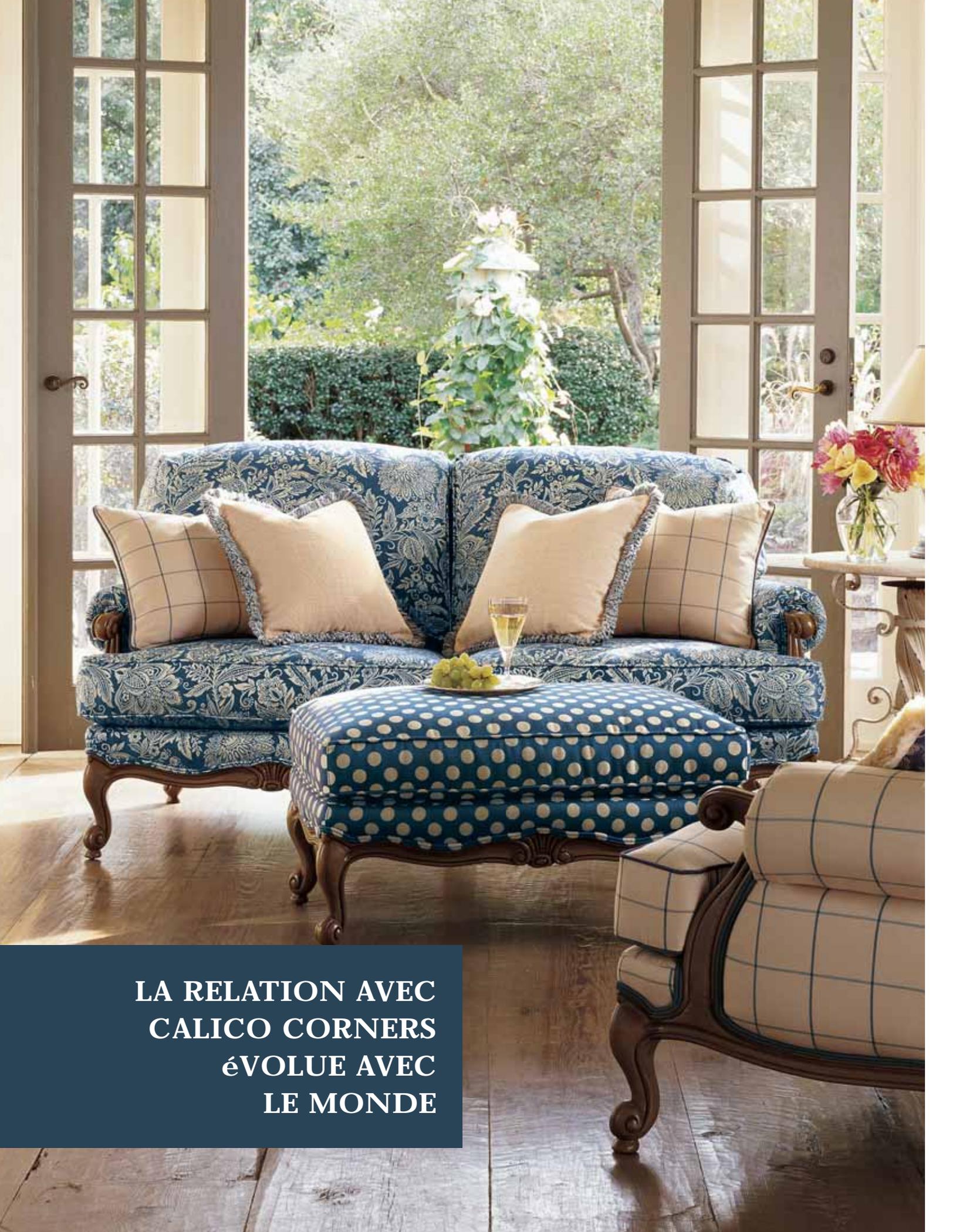
confère au tissu ses capacités uniques.

« L'armée est très intéressée par ce produit » a déclaré Jim Egan. « Nous prévoyons un avenir brillant et avons déposé des demandes des brevets doubles en collaboration avec Glen Raven. »

Le partenariat entre Graniteville et Glen Raven est basé sur l'accent mutuel qui est mis sur la technologie à valeur ajoutée et une très bonne compréhension des changements qui ont eu lieu dans l'économie mondiale.

« Le monde des affaires d'aujourd'hui ne ressemble en rien à l'ancien marché des textiles, où il y avait des commandes à tous les coins de rue » a déclaré Kevin Crean. « Il est nécessaire d'adopter une approche de marché différente et de développer une connaissance plus approfondie des marchés. Il est nécessaire d'adopter une approche fondée sur l'innovation et de ne pas s'endormir sur ses lauriers. Avec une telle approche, il y a toujours beaucoup de défis mais il y aura également beaucoup de succès au bout du chemin. »

CI-DESSUS, de gauche à droite, Kevin Crean, vice-président exécutif des ventes ; Doug Johnson, premier vice-président de l'exploitation et Jim Egan, président. James Martin, inspecteur de tissu de première ligne, inspecte les tissus Glen Raven revêtus qui sont distribués par The Astrup Company. Bâche pour bateau Sur Last.



**LA RELATION AVEC
CALICO CORNERS
éVOLUE AVEC
LE MONDE**

L'utilisation par Calico Corners des tissus Sunbrella® continue à évoluer avec le monde. Il y a plus de 40 ans, lorsque les tissus Sunbrella étaient surtout connus pour leurs couleurs unies ou leurs rayures larges, Calico Corners a commencé à vendre la marque de tissus haute performance pour des applications qui allaient des coussins de bateaux aux portes-bûches.

En 2007, cette relation a pris des proportions considérables grâce à la position de Calico Corners comme le magasin de décoration sur mesure avec le taux de croissance le plus élevé du pays et l'introduction par Sunbrella d'une nouvelle génération de tissus de luxe qui peuvent être utilisés à l'intérieur comme à l'extérieur. Avec plus de 115 succursales à travers les États-Unis et des ventes en ligne en croissance, Calico Corners est aujourd'hui un des plus grands détaillants pour les tissus Sunbrella.

« Calico Corners a créé un large programme nommé Casual Living Fabrics (tissus pour la vie décontractée) et les tissus Sunbrella sont les tissus de choix pour cette collection qui a ajouté plus de 400 nouveaux tissus au cours des dernières années » a déclaré Jan Jessup, directrice des communications pour Calico Corners qui est basé en Pennsylvanie. « Nos acheteurs travaillent en étroite collaboration avec les créateurs de Glen Raven, s'assurant que ceux-ci comprennent les besoins de nos clients. »

Calico Corners a été fondée en 1948 et s'est spécialisée dans la vente de tissus de deuxième qualité pour la décoration intérieure. Au cours de ses 60 ans d'existence, Calico Corners s'est réinventé en une entreprise de décorations personnalisées, proposant des produits de premier choix qui peuvent être utilisés dans littéralement tous les aspects de la décoration intérieure.

Dans un magasin Calico Corners, les clients trouvent une sélection de plus de 250 châssis de meubles et plus de 3 000 tissus différents pour les couvrir. Chaque magasin propose des parures de fenêtres, de la literie, des oreillers, des coussins et des nappes décoratives. Un réseau d'ateliers de travail personnalisé soigneusement supervisés par Calico Corners fournit les ressources nécessaires pour la création de chaque pièce personnalisée.

Un programme de formation élaboré et poursuivi garantit que les directeurs et les employés des magasins Calico Corners sont suffisamment qualifiés pour aider les clients dans le processus de sélection et de décoration. Des professionnels du conseil en aménagements d'intérieur peuvent se rendre au domicile de clients qui souhaitent entreprendre des projets de décoration intérieure complexes.

« Avec Calico Corners, il est possible pour les clients d'obtenir exactement ce qu'ils désirent tout en s'amusant pendant le processus » a déclaré Jessup. « Nous encourageons l'échantillonnage des tissus et permettons à nos clients d'emporter des coupons de tissu entiers chez eux pour les évaluer à domicile et faire leur choix avec confiance. »

Le choix de tissus Sunbrella chez Calico Corners s'est élargi en parallèle avec l'amélioration de la sophistication du style des

tissus. Calico Corners a commencé à offrir des tissus Sunbrella destinés au mobilier quand ceux-ci ont été lancés dans les années 1980 et a continué d'élargir sa sélection de tissus Sunbrella ces dernières années avec le lancement de tissus jacquards, chenilles, en velours et autres tissus de luxe.

En marge de la gamme étendue de produits qu'elles offrent, Calico Corners et Glen Raven travaillent de pair pour placer des annonces publicitaires dans les meilleures publications du secteur et pour créer des programmes de marketing, dont le placement privilégié des tissus Sunbrella dans les catalogues Calico Corners qui sont expédiés à des millions de foyers. Des programmes de promotion communs comprennent également des visites des magasins par Joe Ruggiero, le célèbre créateur de fournitures et accessoires d'ameublement de maison dont la collection Sunbrella est mise en vedette chez Calico Corners.

Sunbrella est l'une des différentes marques de tissus bien connues proposées par Calico Corners, dont notamment Laura Ashley, Ralph Lauren, Waverly, P. Kaufmann et la collection Tommy Bahama® de tissus Sunbrella.

« Au fur et à mesure que les textures, styles et choix de couleur des tissus Sunbrella se sont diversifiés, ils ont fait leur apparition dans plusieurs pièces de la maison, y compris dans des cadres plus formels » a déclaré Jessup. « Vous êtes tout aussi susceptible de trouver un damas Sunbrella sur une chaise de table à manger qu'un tissu Sunbrella rayé sur une banquette de cuisine. »

Selon Jessup, le style très moderne des tissus Sunbrella permet de les utiliser dans de nouvelles pièces de la maison et les couleurs et styles dernier cri des tissus Sunbrella ouvrent de nouvelles possibilités de coordination intérieure et extérieure.

« Avec Calico Corners, il est possible pour les clients d'obtenir exactement ce qu'ils désirent tout en s'amusant pendant le processus. »

Jan Jessup

« Étant donné la tendance vers les cuisines extérieures et les réceptions décontractées, nos clients ont une très bonne raison de décorer ou redécorer selon des thèmes basés sur la vie en extérieur » a déclaré Jessup. « La ligne qui sépare les espaces intérieurs des espaces extérieurs continue à s'estomper et nous pouvons prendre une palette de couleurs donnée et l'étendre des espaces intérieurs vers les espaces extérieurs. On peut arriver à une cohérence magnifique et une transition harmonieuse des pièces intérieures aux pièces extérieures. »

Pour obtenir plus d'informations sur Calico Corners, visitez www.calicocorners.com.

L'INNOVATION ET L'INGÉNIERIE FONT TOURNER LA MACHINE CHEZ COMMERCIAL SEWING



« Notre objectif est de créer des solutions qui répondent aux besoins de nos clients et qui peuvent être fabriquées de manière rentable dans un environnement de production. »

Greg Perosino

Dans l'économie mondiale d'aujourd'hui, le succès est présent chez les sociétés qui savent identifier les besoins du marché et développer des stratégies concurrentielles adaptées aux clients à l'échelle mondiale. Cette approche a certainement été le secret du succès de Commercial Sewing à Torrington (Connecticut).

« Nous investissons beaucoup dans la conception des produits que nous cousons, ce qui crée de la valeur ajoutée que nos clients apprécient » a déclaré Greg Perosino, président de Commercial Sewing, qui se spécialise dans les bâches et accessoires cousus pour les marchés des applications marines et des sports motorisés « Vu que notre clientèle est avant tout composée d'équipementiers, il est essentiel que nos produits fonctionnent non seulement de manière impeccable, mais qu'ils aient également un aspect très attractif. »

Commercial Sewing a été fondée en 1967 par Sam Mazzarelli et ses activités se limitaient à la garniture automobile. Très tôt dans son histoire, la société a commencé à occuper ses périodes creuses en fabriquant des bâches de motoneige pour des concessionnaires de la région. Sa réputation de fournisseur de bâches sur mesure à bons prix s'est vite répandue.

Pendant les années 1970, les ventes aux concessionnaires se sont tellement accrues que Commercial Sewing a commencé à fabriquer les bâches de motoneige pendant toute l'année et le service aux concessionnaires a été remplacé par des ventes en grande quantité aux distributeurs et enfin aux équipementiers. Aujourd'hui, la société mène des activités dans trois états (Connecticut, Tennessee et Missouri) et emploie environ 180 employés.

La gamme de produits de Commercial Sewing est très variée, comprenant des bâches pour le transport, des bâches et des accessoires pour l'industrie marine ; des bâches et des accessoires pour les motoneiges, les VTT, les motomarines et les motocyclettes ; des filets de sécurité, des portes-outils, des bâches pour antennes paraboliques, des drapeaux, des pièces moulées par compression et des sangles tressées pour courroies. L'entreprise accepte aussi des commandes de travail à forfait pour des applications diverses dont des sièges pour avions de ligne.

« Nous sommes à la fois une société d'ingénierie et une société de fabrication » a déclaré Greg Perosino. « Lorsque nous évaluons





une application, nous ne nous concentrons pas sur ce qui a été fait, mais plutôt sur ce qui devrait être fait. Nous identifions ainsi les points faibles et concevons des améliorations. »

L'accent sur les améliorations techniques est reflété par l'expertise de Commercial Sewing dans la conception assistée par ordinateur, un processus de fabrication hautement automatisé et des produits exclusifs tels que son système breveté de remorquage sans sangles Vacu-Hold™. Vacu-Hold permet de remorquer une embarcation couverte à des vitesses d'autoroutes sans qu'il soit nécessaire d'utiliser des sangles. Un évent à vide est incorporé dans la bâche de sorte que, lorsqu'une embarcation couverte est remorquée, une pression négative est créée, ce qui maintient la bâche bien en place, sans ondulation ; le risque que les coques soient endommagées par des sangles est ainsi éliminé.

« Nous ne sommes pas une entreprise qui se complait dans l'imitation » a déclaré Greg Perosino. « Notre objectif est de créer des solutions qui répondent aux besoins de nos clients et qui peuvent être fabriqués de manière rentable dans un environnement de production. »

L'expertise technique et la technologie de pointe sont essentielles pour Commercial Sewing, mais la société valorise tout autant ses relations et son service à la clientèle. Elle traite avec plusieurs de ses clients et fournisseurs depuis plus de 20 ans.

« Nous nous investissons à fond dans chaque relation et, pour cette raison, nous recherchons des clients avec lesquels nous pouvons tisser des rapports susceptibles de s'inscrire dans le long terme » a déclaré Greg Perosino. « Chaque relation doit être mutuellement avantageuse ; si elle n'est pas équilibrée, elle ne durera pas. C'est cela que nous recherchons – des situations où tous les partenaires réalisent des gains. »

Une des relations à long terme les plus importantes de Commercial Sewing est avec Glen Raven, qui fournit les tissus à haute performance utilisés dans beaucoup de produits fabriqués par Commercial Sewing. En outre, le tissu Sur Last® de Glen Raven, un polyester résistant aux UV qui est aujourd'hui commercialisé exclusivement par Glen Raven a été développé à l'origine par Commercial Sewing.

« Nous entretenons avec Glen Raven une relation de travail solide et nous échangeons constamment des connaissances » a déclaré Greg Perosino. « Étant donné que notre perspective est celle d'un fabricant, nous offrons à Glen Raven des suggestions sur la manière dont un

tissu est censé se comporter pendant la fabrication. Nous leur offrons également la perspective d'un équipementier relativement à la qualité et la performance des produits. Glen Raven a tenu compte de nos suggestions pour créer des tissus qui répondent aux besoins de nos clients. »

La structure organisationnelle de Commercial Sewing soutient sa volonté de tisser des relations, tout en assurant de hauts niveaux de responsabilisation. Les quatre directeurs de la société – Greg Perosino, le fondateur Sam Mazzarelli et ses fils Stephen Mazzarelli (vice-président de la fabrication et la planification) et David Mazzarelli (vice-président de la recherche et du développement) – sont activement investis dans le service à la clientèle. Le groupe de gestion est organisé en trois équipes (ventes, ingénierie et production) et certains membres appartiennent à plusieurs équipes, de sorte à assurer la bonne communication parmi les équipes.

Greg Perosino reconnaît que Commercial Sewing est dans une position unique en sa qualité de société de couture en croissance toujours implantée aux États-Unis. Au-delà de son importante infrastructure de fabrication aux E.U., Commercial Sewing se procure certains de ses produits auprès d'une société de fabrication en Chine depuis 18 ans, dans le cadre d'une stratégie globale d'approvisionnement et de production internationale optimisée.

« Notre société compte poursuivre une croissance soutenue et des relations solides, comme celles que nous entretenons avec Glen Raven, et qui sont essentielles pour notre futur » a-t-il déclaré.

Pour obtenir plus d'informations sur Commercial Sewing, visitez www.commercialsewing.com.

PAGE EN REGARD (gauche) De gauche à droite, Sam Mazzarelli, PDG ; David Mazzarelli, vice-président de la recherche et du développement ; Stephen Mazzarelli, vice-président de la production et de la planification ; Greg Perosino, président. (droite) La manutention automatisée ; l'équipe Commercial Sewing.

SILVER STATE – PREMIER PARTENAIRE COMMERCIAL POUR SUNBRELLA



Une visite de Silver State Fabrics suffit à vous faire réaliser l'immense variété des commandes de tissus expédiées partout dans le monde. Qu'il s'agisse d'une commande de deux mètres destinée à un atelier familial de garnissage à Baltimore ou de plusieurs centaines de mètres de tissu destinés à une société de confection à Dubaï, les employés de Silver State tiennent absolument à s'assurer que toute commande est exacte et qu'elle arrive au bon endroit à temps.

« Tout ce que nous faisons gravite autour du service » a déclaré Ted Sargetakis, directeur de l'entreprise qui est basée à Salt Lake City (Utah). « Il y aura toujours un concurrent qui propose un meilleur prix sur un mètre de tissu. Le service est notre préoccupation principale. Il faut vendre son service avant de vendre un mètre de tissu. »

« Notre objectif est de pouvoir fournir à la communauté des créateurs littéralement tous les choix de tissus dont ils ont besoin. »

Ted Sargetakis

Silver State Inc., fondé par la première génération des frères Sargetakis, a commencé ses opérations en 1952 en tant que distributeur de garnitures pour automobiles et pour meubles. Au fil des années, Silver State s'est transformé en un distributeur de décorations offrant une ligne complète qui sert des architectes d'intérieurs, des magasins de garnitures, des fabricants de meubles et l'industrie de l'accueil. La société propose plus de 5 000 produits différents, comprenant des tissus, du plastique vinylique, des garnitures et des fournitures. Cette large gamme compte plus de 500 styles de tissu Sunbrella®.

« Glen Raven nous a contacté il y a environ 20 ans pour nous demander d'être le revendeur de ses tissus pour meubles d'usage courant » a déclaré Ted Sargetakis. « Nous avons pensé que ce serait une bonne ligne de produits à commercialiser et la relation s'est développée depuis. »

Au début, le catalogue de Silver State ne comptait que 75 tissus Sunbrella ; cette offre comprend aujourd'hui la gamme complète de Sunbrella (à l'exclusion des commandes sur mesure), ainsi que les collections Sunbrella par Joe Ruggiero et Richard Frinier. Silver State se charge également de l'exécution des commandes de tissu Sunbrella des détaillants de Calico Corners, et offre aussi des tissus Dickson pour les applications marines fabriqués par Glen Raven. Silver State Inc. détient les droits exclusifs pour la collection Tommy Bahama® Home, qui a récemment lancé une gamme de tissus Sunbrella tissés.

« Nous sommes une société familiale depuis deux générations dont la croissance a été fondée sur nos relations durables avec nos clients et nos fournisseurs, notre intégrité, le caractère équitable de nos transactions et nos produits de qualité » selon l'énoncé de mission de la société. « Nous sommes guidés par

une passion pour les produits agréables comme il se doit, d'une technologie avancée dans les applications appropriées, aussi sophistiqués qu'ils peuvent l'être et à un prix concurrentiel. »

Cet alignement des valeurs et des philosophies d'entreprise a servi de base pour un partenariat bénéfique avec Glen Raven.

« Avant toute autre qualité, Glen Raven peut se targuer d'avoir une équipe composée d'individus possédant de bonnes qualités humaines » a déclaré Ted Sargetakis. « Leur intégrité est sans rival et ils sont tout aussi soucieux du développement de nos relations que nous. La performance d'une entreprise est déterminée par la qualité de sa chaîne d'approvisionnement ; Glen Raven ne donne pas toujours la réponse souhaitée, mais ses clients peuvent être sûrs que cette réponse est honnête. »

Silver State et Glen Raven travaillent de façon coopérative sur des programmes de marketing communs qui sont conçus pour promouvoir leurs marques respectives.

« Mon frère Manoli et moi avons effectué récemment un voyage d'affaires dans l'Arizona avec Greg Rosendale (responsable des tissus Sunbrella pour meubles de maison) et Joe Ruggiero (autorité nationale pour la conception) » a déclaré Sargetakis. « Le premier jour, Joe a présidé une exposition de tissus réservée aux professionnels du métier et a discuté des innovations dans les tissus Sunbrella avec des créateurs. Le lendemain, nous avons assisté à un salon à l'intention des consommateurs animé par Joe pour un magasin de produits pour terrasses. Ce type d'activités nous permet de maintenir des contacts étroits avec nos clients du métier et de rester au courant des besoins des clients. »

En plus de son siège social de plus de 6 000 mètres carrés à Salt Lake City, Silver State a 42 salles d'exposition dans des villes à travers les États-Unis et dans le monde entier. Silver State est le plus grand revendeur de produits décoratifs Sunbrella aux États-Unis et sert des clients dans des endroits aussi éloignés que l'Australie ; la société figure au rang des 25 premiers distributeurs de produits décoratifs aux États-Unis.

« Notre objectif est de pouvoir fournir à la communauté des créateurs littéralement tous les choix de tissus dont ils ont besoin » a déclaré Ted Sargetakis. « Par le biais de nos partenariats avec des sociétés comme Glen Raven, nous élargissons en permanence notre gamme de produits et restons au courant des préférences des consommateurs qui évoluent de manière constante. »

Pour obtenir plus d'informations sur Silver State, visitez www.silverstatetextiles.com.

CI-DESSUS À partir de la gauche, Kal Sargetakis, président ; Manoli Sargetakis, directeur – ventes et marketing ; Ted Sargetakis, directeur – finances et service à la clientèle ; John Sargetakis, directeur – exploitation. PAGE EN REGARD Howard Best, projets ponctuels, découpage d'échantillon.



LE PARTENARIAT ENTRE KERMEL ET GLEN RAVEN RÉSULTE EN UNE SÉCURITÉ AMÉLIORÉE POUR LES TRAVAILLEURS

« Beaucoup de sociétés abusent du mot 'partenaire', mais nous avons développé avec Glen Raven un partenariat réel tout au long du processus. »

Richard Ridewood

Les travailleurs qui sont exposés à des arcs électriques et des risques d'incendie sont plus en sécurité aujourd'hui grâce au partenariat entre Kermel et Glen Raven. GlenGuard FR® – un des tissus de sécurité les plus avancés jamais créés – est né de l'esprit d'innovation de ces deux sociétés et est de plus en plus utilisé par des employés qui travaillent dans des environnements dangereux.

« Nous collaborons de manière très étroite avec notre partenaire Glen Raven sur le marketing des tissus GlenGuard FR qui contiennent des fibres Kermel » a déclaré Richard Ridewood, responsable des ventes en Amérique du Nord pour Kermel, qui est le premier fabricant européen de fibres aramides utilisées dans des vêtements de protection contre la chaleur et les flammes. « Beaucoup de sociétés abusent du mot 'partenaire', mais nous avons développé avec Glen Raven un partenariat réel tout au long du processus. »

Les fibres Kermel® ont été le fruit de la recherche menée par Rhône Poulenc en France dans les années 1960 et ont été fabriquées en France depuis leur lancement. Jusqu'en 1984, les vêtements à base de fibres Kermel ont été vendus exclusivement à la police et l'armée françaises, puis les fibres Kermel ont graduellement fait leur apparition sur d'autres marchés de vêtements de protection, en particulier celui des sapeurs-pompiers, ainsi que dans des applications industrielles.

La société Kermel actuelle a vu le jour en juillet 1992 lors de la création d'une co-entreprise par Rhône Poulenc Aramides et Amoco Fabrics & Fibers Company. En septembre 2002, Kermel a été racheté par l'équipe de gestion menée par Argos Soditic, une société européenne de financement par capitaux propres. La société a par la suite développé des activités en Amérique du Nord, où elle a établi une base d'opérations à Greensboro (Caroline du Nord).

Étant donné que Kermel possédait déjà la plus importante part du marché en Europe pour les vêtements protecteurs, l'Amérique du Nord représentait de nouvelles opportunités de croissance. Dans le cadre de sa préparation à l'entrée sur le marché nord américain, l'équipe de gestion de Kermel a proposé à Glen Raven un partenariat pour le développement de produits et le marketing qui cibleraient le marché des vêtements protecteurs aux États-Unis.

« Nous connaissons Glen Raven depuis bien des années et avons jugé qu'elle serait le candidat idéal pour un partenariat en Amérique du Nord » a déclaré Richard Ridewood. « Ils ont un style de communication très ouvert et tiennent toujours leurs promesses. Nous savions qu'ils possédaient l'expertise technique et le savoir-faire en marketing qui soutiendraient la croissance de notre société en Amérique du Nord. »

Étant donné les prévisions de croissance à deux chiffres pour l'industrie, Kermel et Glen Raven ont tous les deux reconnu une occasion à saisir sur le marché des vêtements protecteurs. Le marché américain recherchait un produit confortable, esthétique et durable, qui offre une protection incendie supérieure. Après plus d'un an de recherche et de développement par Kermel et Glen Raven, les tissus protecteurs GlenGuard FR sont nés.

« Avec les produits GlenGuard, nous avons placé la barre très haut pour trois critères – protection, confort et performance » a déclaré Richard Ridewood. « Ce tissu devait offrir une protection thermique et contre les brûlures corporelles supérieure qui dépasse les normes de l'industrie ; Kermel présente ces qualités inhérentes. Il devait également être confortable et, encore une fois, le tissu Kermel est conçu pour être plus doux et souple que les autres. Enfin, les fibres Kermel sont teintées dans la masse, ce qui garantit la solidité des couleurs même après plusieurs blanchissages commerciaux. Il résiste aussi à l'abrasion et au boulochage et garde son bel aspect pendant toute la durée de vie du vêtement. »

Les responsables et les employés des entreprises industrielles ont émis des commentaires positifs sur GlenGuard à mesure que la réputation du produit se répand dans l'industrie pétrolière, celle des services électriques et d'autres industries qui apprennent l'existence d'un tissu pour vêtements protecteurs performant, confortable, durable et esthétique. GlenGuard est graduellement reconnu comme un des produits les plus légers au monde à être conforme à la norme NFPA 70E catégorie 2 pour la protection contre les arcs électriques.

« Le marché des vêtements de protection connaît une croissance très rapide aux États-Unis et, avec Glen Raven, nous serons à la pointe de ce marché » a déclaré Richard



Ridewood. « Il s'agit pour nos sociétés d'une opportunité de croissance pendant de nombreuses années. »

Tandis que Glen Raven a joué un rôle crucial dans la fabrication de tissus et la technologie de tissage, ce sont les fibres Kermel qui confèrent au produit ses qualités de protection supérieures ainsi que son confort et sa durabilité, des qualités indispensables sur le marché des vêtements protecteurs.

Kermel® est une fibre de haute technologie naturellement ininflammable et cela de façon permanente grâce à sa structure chimique. Les tissus tissés avec des fibres Kermel garantissent une protection inhérente permanente, non-seulement contre la chaleur et le feu, mais également contre plusieurs acides et produits chimiques.

Les fibres Kermel ne fondent pas et ne forment pas de gouttelettes fondues ; elles présentent également d'excellentes propriétés anti-statiques. Elles constituent une réponse efficace aux exigences de sécurité en donnant au porteur le temps supplémentaire nécessaire pour lutter contre l'incendie ou s'en échapper sans subir de blessures. La surface lisse de la fibre dont la section transversale est presque circulaire la rend agréable au toucher.

« Notre relation avec Glen Raven est très fluide et notre approche du marché a été harmonisée » a déclaré Richard Ridewood. « Nous savons toujours ce que fait l'autre dans le cadre de nos discussions avec les utilisateurs finaux et les fabricants de vêtements. Les ressources combinées de nos deux sociétés nous permettent de faire des choses que nous n'aurions pas pu faire individuellement. »

Pour obtenir plus d'informations sur Kermel, visitez www.kermel.com.

CI-DESSUS Kermel, longtemps à la pointe du marché des tissus protecteurs pour l'armée et les agents de la sécurité publique, cible les vêtements protecteurs pour des applications industrielles en Amérique du Nord, y compris les travailleurs des industries pétrolière, électrique et du gaz.

SUNBURY TEXTILE MILLS INNOVE EN PERMANENCE



Quand Rocco Simone, premier vice-président des ventes et du marketing pour Sunbury Textile Mills, ouvre une réunion pour le personnel commercial, tout le monde dans la salle s'attend à entendre un refrain familier – « Ce qui vous a mené ici hier ne vous gardera pas ici demain. » Rocco Simone utilise ce refrain pour rappeler à l'équipe commerciale que le succès de Sunbury est basé sur une culture qui encourage les idées nouvelles.

« Nous explorons toujours des initiatives et nous commettons des erreurs » a déclaré ouvertement Rocco Simone. « Mais lorsqu'on explore cinq nouvelles initiatives et que trois d'entre elles aboutissent, ces trois initiatives peuvent soutenir les activités de l'entreprise pendant cinq ans. »

Un exemple excellent de la volonté de Sunbury de tester de nouvelles initiatives date d'il y a sept ans quand Randy Trull, consultant en conception de Glen Raven, a suggéré à Mark Grigalunas, premier vice-président de la conception de Sunbury, que Sunbury envisage de tisser une collection de tissus jacquard haut de gamme en utilisant des fils Sunbrella. C'était une idée radicale à l'époque et la question était de savoir si le marché haut de gamme pouvait être séduit par une marque de tissus haute performance pendant longtemps associée aux stores et aux meubles pour l'extérieur. En fin de compte, Randy Trull et Mark Grigalunas ont réussi à rapprocher les deux sociétés, donnant naissance à une bonne collaboration.

Comme dans beaucoup d'idées innovantes de Sunbury, l'association avec la marque Sunbrella a dépassé toutes les attentes. Depuis longtemps, les premiers revendeurs décoratifs du pays ont adopté le concept de Sunbrella comme un tissu jacquard attractif présentant des qualités telles que la solidité à la lumière, la durabilité et le nettoyage facile. Aujourd'hui, Sunbury tisse des tissus Sunbrella pour une liste de clients qui se lit comme le bottin des revendeurs décoratifs les plus réputés au monde – Donghia, Pindler & Pindler, Robert Allen, Kravet, Silver State, ainsi que son client le plus récent, la collection Tommy Bahama® Home.

« Notre relation avec Glen Raven s'est avérée être un partenariat fantastique » a déclaré Rocco Simone. « En travaillant ensemble, nous avons créé un tout nouveau marché de haut de gamme. Vous savez que votre approche est la bonne lorsque cinq ou six de vos concurrents tentent d'émuler votre succès. »

L'histoire de Sunbury Textile Mills remonte à la fin des années 1890, quand ses activités ont débuté sous la forme d'une opération de tissage de soie à Sunbury, un petit village au centre de la Pennsylvanie. La société est passée aux tissus d'ameublement en 1954 et a connu une croissance constante depuis cette transition.

Aujourd'hui, Sunbury est connue comme l'une des premières sociétés du pays pour ce qui concerne la conception à la demande et les opérations de tissage, la ressource vers laquelle se tournent les opérateurs de l'industrie pour des tissus haut de gamme personnalisés. La société traite plus de 2 000 nouveaux designs chaque année, y compris pour des séries de production aussi modestes que 55 mètres. Ses bureaux de conception et de vente sont situés dans le quartier de Soho à New York, dans un immeuble construit en 1861 qui a servi d'infirmier pendant la Guerre de Sécession.

« Glen Raven est réputée dans l'industrie pour son style direct et le style de Sunbury est similaire. Ce style direct est le fondement de notre relation. »

Rocco Simone

Le personnel du centre de fabrication de la société est chevronné, avec une expérience moyenne de 20 ans ; il n'est pas rare d'y trouver des employés de deuxième, voire troisième génération. Au cours d'une année typique, Sunbury tisse plusieurs millions de mètres de tissu presque sans défaut. L'année dernière, la production défectueuse représentait uniquement 0,03 % de la production totale. L'histoire unique de Sunbury a récemment fait l'objet d'un segment sur la série télévisée « Made in America (Fabriqué aux États-Unis) » avec Lou Dobbs sur CNN.

Une équipe de conception basée à New York permet à Sunbury de travailler en étroite collaboration avec ses clients qui sont revendeurs de ses produits décoratifs afin de créer des tissus élégants idéaux pour chaque créneau commercial et identité de marque. La société qui est possédée par les employés possède des salles d'exposition à New York, High Point et Hickory (Caroline du Nord), ainsi qu'à Dallas et Los Angeles. Les marchés internationaux



comprennent l'Amérique du Sud, l'Australie, la Nouvelle Zélande, l'Afrique du Sud et le Royaume Uni.

Un souci constant des besoins des clients et la capacité de nouer des relations mutuellement avantageuses, à l'image de celle avec Glen Raven, sont les éléments essentiels des stratégies commerciales de Sunbury.

« Comme Sunbury et Glen Raven utilisent les mêmes fils Sunbrella, nous arrivons à créer une offre coordonnée avec nos tissus jacquard haut de gamme et les tissus unis, à rayures et jacquard de Glen Raven » a déclaré Mark Grigalunas. « En travaillant ensemble, nous redéfinissons les limites de ce qui peut être accompli avec des tissus haute performance sur le marché décoratif et celui des produits d'extérieur. » Il travaille en étroite collaboration avec Michelle Clarke, responsable de la conception chez Sunbury, pour la création de tous les tissus Sunbrella.

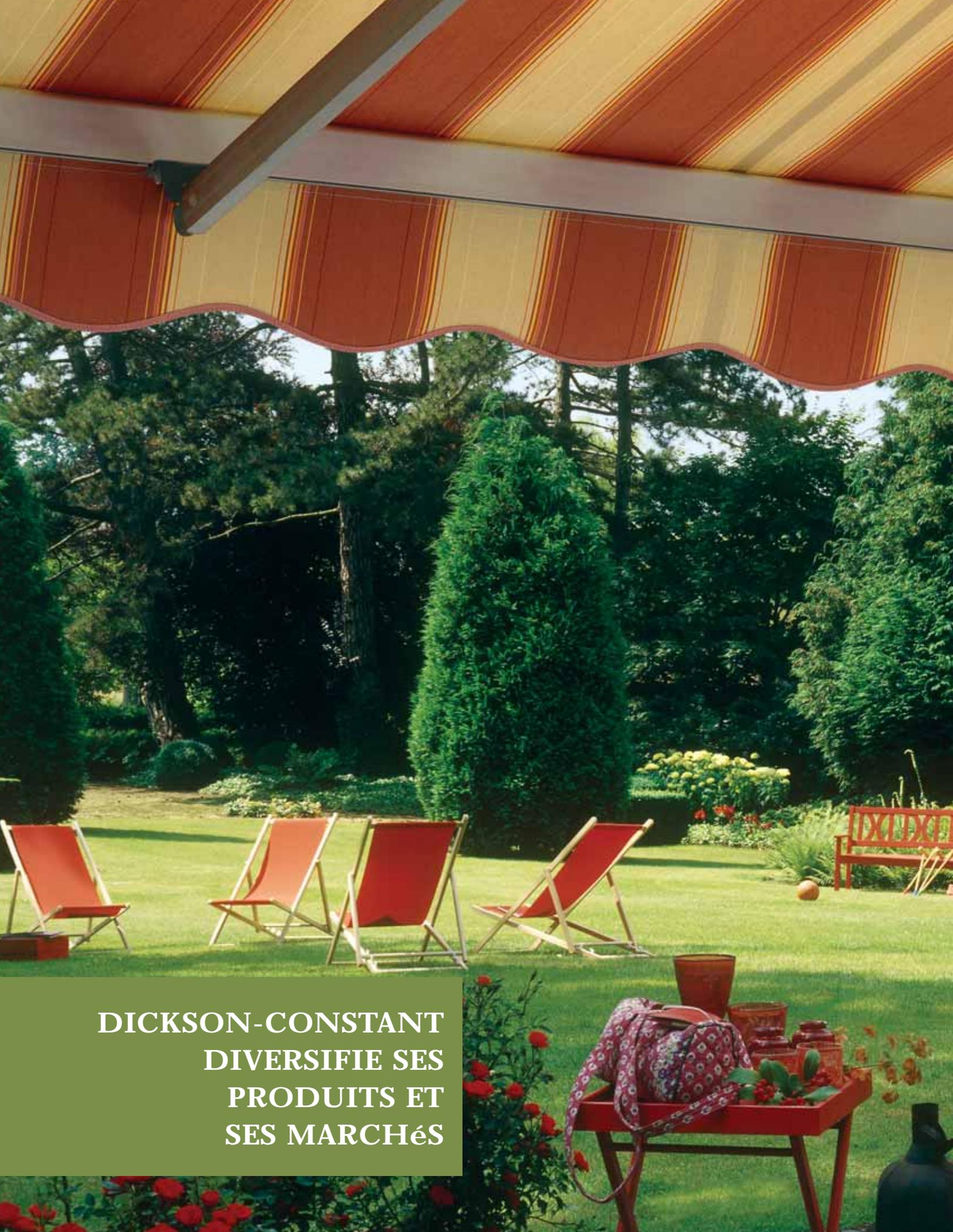
Si la technologie et l'excellence en matière de conception sont à la base de la création des tissus Sunbrella par Sunbury, ce sont les rapports personnels tissés entre les deux sociétés qui ont permis au partenariat de perdurer. Les échanges sont ouverts et mutuellement bénéfiques. Glen Raven et Sunbury passent un temps considérable à comparer leurs données sur les tendances du marché et à planifier les occasions futures ; elles collaborent aussi naturellement pour les occasions immédiates.

« La clé de la réussite a été le travail collaboratif des deux sociétés et la confiance mutuelle qui règne dans les dialogues. Cela va de soi » a déclaré Rocco Simone. « Glen Raven est réputée dans l'industrie pour son style direct et le style de Sunbury est similaire. Ce style direct est le fondement de notre relation et nous permet de connaître le succès ensemble. »

Pour obtenir plus d'informations sur Sunbury Textile Mills, visitez www.sunburytextiles.com.



À partir du haut, de gauche à droite, Michelle Clarke et Mark Grigalunas dans la salle d'exposition de New York ; les installations de conception et de production ; la conception d'un tissu jacquard de Sunbury.

A vibrant outdoor scene featuring a large striped awning in shades of orange and yellow. Below the awning, a green lawn is set with four orange lounge chairs. In the background, there are tall, dense evergreen trees and a wooden bench. In the foreground, a red table holds a patterned bag, several jars, and a vase of red roses. The overall atmosphere is bright and inviting.

**DICKSON-CONSTANT
DIVERSIFIE SES
PRODUITS ET
SES MARCHÉS**



« Notre entreprise compte une grande variété d'individus de différentes cultures – cela constitue un atout majeur pour Dickson-Constant. Nous avons une perspective mondiale. »

Eugène Deleplanque

Il va sans dire que Dickson-Constant domine le marché des tissus pour stores en Europe. Avec la part de marché dominante que détient la société à travers l'union européenne, quand on voit un store en Europe, il y a une grande probabilité qu'il ait été fabriqué par Dickson.

« Mais notre part de marché dominante pour les tissus de stores s'accompagne d'un défi » a déclaré Eugène Deleplanque, directeur général de Dickson-Constant. « Pour maintenir notre croissance, nous avons dû élargir notre présence d'abord en Europe, puis dans d'autres régions du monde, et cela tout en diversifiant notre offre. »

Il semble que les efforts visant la diversification portent leurs fruits. Il y a neuf ans, les tissus pour stores représentaient 95 % des ventes de Dickson-Constant ; aujourd'hui, elles représentent environ 75 % car la société s'est lancée dans le secteur des tissus pour mobiliers de jardin, des tissus pour applications marines, des tissus pour l'intérieur et pour d'autres applications spécialisées.

« Nous évoluons et devenons un fabricant et un distributeur de produits pour tissus techniques dans le monde entier, au-delà du marché de la protection solaire » a déclaré Eugène Deleplanque. « Ce qui rend notre stratégie spéciale, c'est la façon dont nous arrivons à coordonner notre offre, des stores aux tissus pour mobiliers de jardin, en passant à présent par les tissus à haute performance qui peuvent être utilisés à l'intérieur de la maison. »

Durant toute son histoire qui remonte à 170 ans, Dickson-Constant s'est montrée capable de s'adapter à un environnement changeant. En 1833, David Dickson, le jeune propriétaire d'une usine textile en Écosse, a chargé ses installations de filage à bord d'un bateau et a mis le cap sur le nord de la France. En 1836, la nouvelle usine de Dickson était ouverte et avant 1840 elle s'est lancée dans des activités de tissage, ciblant les toiles pour des navires à voile.

En 1913, une autre usine textile a été créée en France par Eugène Constant. C'était une installation de tissage spécialisée dans les toiles de coton et plus tard dans le polyester. Les deux sociétés ont combiné leurs spécialités respectives en 1969, formant la base de la société Dickson-Constant d'aujourd'hui.

L'autre année à marquer d'une pierre blanche pour la société Dickson-Constant est l'année 1998 quand elle s'est associée à Glen Raven, Inc. Cette association représentait une combinaison idéale car elle permettait à Glen Raven de devenir une société mondiale du jour au lendemain, tout en offrant de nouvelles opportunités de croissance à Dickson-Constant qui avait défini le marché nord-américain comme crucial à son avenir.

« Notre acquisition par Glen Raven ne représentait pas un changement radical pour nous » a déclaré Eugène Deleplanque, qui a vécu aux États-Unis pendant plusieurs années dans son rôle d'agent de commercialisation principal pour Dickson. « Glen Raven et Dickson avaient les mêmes valeurs, le respect des personnes étant la plus importante de celles-ci. »

Une opportunité de croissance significative qui a résulté de la fusion de Dickson-Constant avec Glen Raven est la capacité d'offrir des tissus Sunbrella® pour applications marines et pour mobiliers de jardin. Les tissus Sunbrella sont le premier choix des marins à travers le monde et, grâce à 20 ans d'histoire pleine d'innovations dans les tissus de style décontracté en Amérique du Nord, ils offrent la variété nécessaire pour l'expansion en Europe.

« Sunbrella était déjà bien connu dans l'industrie de la marine en Europe, nous avons donc développé les communications relatives à la marque » a déclaré Eugène Deleplanque. « Sunbrella n'est pas très utilisé pour le mobilier de jardin en Europe, mais le moment est opportun car les consommateurs européens se tournent graduellement vers des produits plus haut de gamme. »

Outre la marque Sunbrella, Dickson poursuit d'autres opportunités de diversification. Sunworker® et Sunvision® sont des tissus Dickson pour stores verticaux destinés aux immeubles de bureau. Dickson-Constant a également développé des tissus ignifuges commercialisés sous la marque Firegard® et destinés à des applications décoratives pour l'hôtellerie et les collectivités.

D'autres initiatives de croissance comprennent les tissus Sunbrella pour l'intérieur des maisons et les capotes automobiles, un marché dominé par Glen Raven en Amérique du Nord. Le portefeuille des produits Dickson-Constant comprend aussi des tissus pour tentes et pour véhicules de plaisance, ainsi que des sacs et valises haut de gamme.

Avec toutes ses lignes de produits variées, Dickson-Constant est non seulement un fabricant, mais aussi un développeur, un distributeur et un vendeur de produits. Les différences de langue et de goût au sein des marchés européens ajoutent de la complexité à l'opération, sans parler du Moyen-Orient, de l'Afrique, de l'Asie et de l'Australie.

« Nous avons six livres d'échantillons différents car les produits qui nous vendons en Espagne sont très différents des tissus qui sont populaires en Suède » a-t-il déclaré. « Nous avons des succursales en Italie, en Espagne, en Allemagne, en Belgique, aux Pays-Bas, en Pologne et en Suède. Dans chaque pays, nous avons des employés qui sont nés dans ce pays, parlent couramment la langue locale et comprennent les valeurs et l'approche commerciale du pays. »

« Notre entreprise compte une grande variété d'individus de différentes cultures – cela constitue un atout majeur pour Dickson-Constant. Nous avons une perspective mondiale. »

Pour obtenir plus d'informations sur Dickson-Constant, visitez le site Web de la société à www.dickson-constant.com.

EVERGREEN® FABRICS ACQUIERT UNE CLIENTÈLE FIDÈLE

La prochaine fois que vous visiterez un magasin Cartier, Louis Vuitton, Nike ou Levi's ou encore que vous irez chez Ikea pour acheter des objets d'art, vous pourrez voir des tissus Evergreen® produits par Dickson Coatings en France. Tous ces vendeurs mondialement reconnus ont adopté les tissus Evergreen, non seulement pour la clarté incroyable des impressions sur ce tissu, mais également pour l'esprit écologique derrière ces tissus.

« Je n'ai jamais été aussi optimiste pour l'avenir d'un produit que je le suis pour nos tissus Evergreen » a déclaré Matthew Watson, directeur général de Dickson Coatings. « Partout où l'on regarde aujourd'hui, les gens parlent de l'environnement et de la nécessité d'utiliser des produits écologiques. Il n'y a vraiment rien d'autre sur le marché qui offre autant d'avantages que notre gamme Evergreen. »

L'enthousiasme de Matthew Watson est compréhensible à la lumière des avantages qu'offrent les produits de la gamme Evergreen : une qualité d'impression qui répond aux exigences précises des plus grands magasins de luxe, des tissus ignifugés qui sont également conformes aux normes internationales pour les matériaux de construction écologiques, y compris le titre Leadership in Energy and Environmental Design décerné par l'U.S. Green Building Council (le conseil américain sur la construction écologique).

« L'idée derrière le produit Evergreen est née il y a environ sept ans quand nous visitons des salons professionnels internationaux » a déclaré Matthew Watson. « Nous avons vu de plus en plus de types de tissus, mais aucun qui offrait tout ce qu'exigeait le marché en termes de clarté des impressions sur tissu, d'aspect général, de

sécurité anti-incendie et d'écologie. C'est alors que nous avons décidé de lancer des activités de recherche et développement qui ont abouti à la création de la marque Evergreen il y a environ cinq ans. »

Depuis son lancement, Evergreen a été adopté par de nombreux détaillants de produits haut de gamme pour la décoration de leurs magasins et le détaillant scandinave Ikea a commencé à vendre des tableaux imprimés sur un tissu Evergreen fabriqué par Dickson Coatings. Basé sur son succès en Europe, Dickson Coatings a ouvert une agence commerciale à Atlanta il y a trois ans pour servir le marché de l'Amérique du Nord. Les ventes aux É.U. dépassent maintenant 1 million d'USD chaque année.

« L'aspect esthétique de notre produit s'est avéré être un avantage majeur » a déclaré Matthew Watson. « À la différence du vinyle, il ne reflète pas la lumière, ce qui est très important dans des cadres commerciaux. Evergreen a l'aspect d'un tissu classique et permet d'obtenir des impressions d'une qualité excellente. »

L'histoire environnementale derrière Evergreen est d'une importance cruciale. La production des tissus Evergreen requiert 80 % d'énergie de moins et 50 % de matières premières de moins que le vinyle. À la fin de sa vie utile, une bannière ou enseigne sur un tissu Evergreen pèse 65 % de moins que les articles en vinyle de taille similaire et peut être incinérée sans émission de gaz à effet de serre ou de métaux lourds associés avec le PVC.

La gamme de produits Evergreen consiste aujourd'hui en quatre produits et des versions supplémentaires sont en cours de dévelop-



Glen Raven, Inc.
Glen Raven, NC, É.-U.
(+1) 336-227-6211

France
Dickson-Constant
Wasquehal, France
(+33) 3-20-45-59-59

Dickson St. Clair
Saint-Clair de la
Tour, France
(+33) 4-74-83-51-00

Italie
Dickson-Constant
Gaglianico, Italie
(+39) 015-249-63-03

Espagne
Hospitalet de
Llobregat, Espagne
(+34) 93-635-42 00

Allemagne
Dickson-Constant GmbH
Fulda, Allemagne
(+49) 661-380820

Scandinavie
Dickson-Constant
Nordiska AB
Göteborg, Suède
(+46) 31-500095

Amérique Latine
Sunbrella/Dickson
Fort Myers, FL, É.-U.
(+1) 239-466-2660

Afrique du Sud
Sunbrella/Dickson
Port Elizabeth, Afrique du Sud
(+27) 41-4844443

Littoral du Pacifique Nord
Sunbrella/Dickson
Hong Kong, Chine
(+852) 2317-6390

Littoral du Pacifique Sud
Sunbrella/Dickson
Sydney, Australie
(+61) 2-997-44393

Chine
Sunbrella/Dickson
Shanghai, Chine
(+86) 21-6294-7668

Glen Raven Asie, Chine
Suzhou, JiangSu, Chine
86 (512) 67638100

« Nous souhaitons travailler avec des personnes qui sont aussi enthousiasmées par Evergreen que nous et qui y voient le potentiel écologique. »

Matthew Watson

pement. Chaque produit Evergreen est conçu pour des utilisations spécifiques :

• **Jet Tex** – un tissu ignifugé très résistant au feu et qui ne reflète pas la lumière, ce qui lui donne l'aspect d'une toile peinte. Ikea utilise un produit Evergreen très similaire à Jet Tex pour les tableaux qu'elle vend aux consommateurs.

• **Jet 220** – ce type de produit Evergreen est destiné à l'usage à l'extérieur pour des panneaux d'affichage dans les stades sportifs et dans d'autres lieux de publicité commerciale.

• **Eclipse** – ce tissu est ignifugé, ce qui le rend idéal pour les espaces publics très fréquentés tels que les aéroports, les métros et les gares. Il est de plus en plus utilisé comme revêtement mural.

• **Skylite** – Skylite est un tissu léger utilisé pour la décoration de magasins de détail. Son aspect est soyeux et il présente une très haute résistance au feu.

« Avec l'importance accrue attachée aux qualités écologiques et de sécurité-incendie, l'intérêt dans nos tissus Evergreen s'est vraiment accru » a déclaré Matthew Watson. « Le message écologique a vraiment captivé l'intérêt de la population depuis quelques années. »

En termes de marketing, l'équipe de Dickson Coatings continue de mettre au point son approche, ciblant des architectes commerciaux qui sont encouragés à recommander les tissus Evergreen. Si les bannières et les affiches sont les applications les plus communes, les tissus Evergreen sont de plus en plus utilisés comme revêtement mural.

« Le seul point faible a été avec les encres et la technologie d'impression, mais nous nous sommes attelés à résoudre ce problème » a déclaré Matthew Watson. « Les mêmes machines d'impression qui sont utilisées pour le vinyle peuvent être utilisées pour imprimer nos tissus, mais cela requiert des réglages différents. Nous fournissons souvent l'assistance technique pour l'impression, mais nous choisissons nos partenaires très soigneusement. Nous souhaitons travailler avec des personnes qui sont aussi enthousiasmées par Evergreen que nous et qui y voient le potentiel écologique. »

Pour obtenir plus d'informations sur les produits Evergreen, visitez www.dickson-coatings.com.

EN BAS, de gauche à droite, les tissus Evergreen de Dickson sont mis en valeur sous forme de revêtements muraux, de décoration dans des lieux publics, de produits de marque utilisés par les sociétés de luxe et de supports pour les oeuvres d'art d'Ikea.



RAVEN



Glen Raven, Inc.
1831 North Park Avenue
Glen Raven, NC 27217
336.227.6211
glenraven.com