

RAVEN

| Numéro 14 |



De nouvelles techniques de teinture sont propices à la durabilité
Un projet de rénovation de bateau illustre les meilleures pratiques
Glen Raven Logistics appuie la chaîne d'approvisionnement mondiale
10 méthodes reconnues pour accroître les ventes d'auvents auprès des consommateurs



Numéro 14

Automne 2011



Le module solaire du centre de fabrication de fils Sunbrella® est raccordé au réseau d'électricité régional. | 2



Chères lectrices, chers lecteurs,

La « durabilité » est un concept auquel les aspects environnementaux et financiers sont intimement mêlés. La durabilité environnementale signifie que vous pouvez satisfaire aux besoins des individus à l'heure actuelle sans compromettre votre capacité à répondre aux besoins des générations futures. La durabilité financière signifie qu'une entreprise peut générer des revenus et des bénéfices suffisamment élevés pour assurer ses activités actuelles tout en investissant dans les domaines de l'innovation et du changement pour l'avenir.

Chez Glen Raven, nous nous concentrons sur ces deux volets de la durabilité et plutôt que d'envisager la durabilité environnementale et la durabilité financière comme étant mutuellement exclusives, nous les considérons comme étant mutuellement interdépendantes. Deux articles de ce numéro de la revue Raven fournissent d'excellents exemples de cette approche : l'un porte sur le nouveau module solaire de notre centre de fabrication de Norlina, en Caroline du Nord, et l'autre a trait à l'installation d'une nouvelle machine de teinture dans notre usine de finition de Park Avenue. Ces deux projets sont exactement ce qu'il faut faire en faveur de l'environnement, de nos collaborateurs et des communautés dans lesquelles nous sommes implantés. Mieux encore, ils offrent des avantages importants pour notre société et, au final, pour nos clients.

En plus d'aborder le sujet de la durabilité, ce numéro de la revue Raven souligne comment notre rôle de plus en plus important que nous jouons dans le cadre de la logistique internationale permet à nos clients de profiter de tous les avantages offerts par une économie mondiale. Vous pourrez apprendre comment Glen Raven Logistics est devenu un élément clé de la chaîne d'approvisionnement d'Urban Stitching, fournisseur de vêtements pour femmes de premier plan.

En ce qui concerne nos clients du secteur de la fabrication d'auvents, je leur conseille vivement de lire l'article de Bill Foster dans lequel l'auteur dévoile les secrets permettant d'accroître les ventes d'auvents. Ayant antérieurement rempli les fonctions de fabricant et occupant maintenant le poste de responsable de formation pour Tri Vantage, M. Foster a appris comment trouver de bons clients et comment conclure une vente.

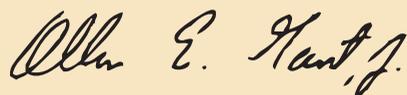
À l'occasion de l'anniversaire des événements du 11 septembre, nous présentons nos principaux clients de drapeaux et banderoles, Annin Flagmakers, Valley Forge Flag et Glaser Mills. Tout comme Glen Raven, ces sociétés perpétuent un ancien héritage selon lequel les activités commerciales sont étroitement liées aux événements nationaux et internationaux, souvent sous la forme symbolique de l'affichage patriotique de nos couleurs nationales.

Tandis que Glen Raven porte l'accent sur le développement de tissus très techniques, un article de ce numéro nous rappelle que « l'art » tient également une place essentielle pour un grand nombre de nos produits qui doivent être à la fois beaux et fonctionnels. Sherri Donghia, consultante en décoration, qui travaille avec l'équipe de conception de Sunbrella, nous fait part de son point de vue sur l'importance de l'esthétique dans le cadre du processus conceptuel, afin d'assurer la réussite sur le marché.

Ce numéro réserve également une place à l'innovation dont font preuve nos collaborateurs français. L'appui de Dickson-Constant en faveur d'une nouvelle application mobile pour les conceptions d'auvents et l'application des tissus structuraux de Dickson Coatings à la célèbre Tour de Londres illustrent la portée mondiale de notre société.

Ce numéro se termine par une brève référence à notre « Tournée du projet Vision ». Au cours des quelques derniers mois, j'ai visité les divers sites Glen Raven aux États-Unis pour prendre contact avec nos collaborateurs et promouvoir notre nouvelle vision, Let Endless Possibilities Begin™ (ouvrir un champ de possibilités illimitées). Nos collaborateurs ont accueilli cette vision avec enthousiasme et ils se mobilisent plus que jamais pour adopter un mode de réflexion créateur dont nos clients seront les bénéficiaires. Nous avons l'intention au cours de l'année 2012 d'étendre notre Tournée de notre Vision aux collaborateurs de Glen Raven situés en Europe et en Asie.

Alors que nous entamons les derniers mois de l'année 2011, plusieurs salons professionnels importants de l'industrie vont nous donner l'occasion de renouer les liens avec nos clients et nos partenaires commerciaux. Nous nous réjouissons à l'idée de participer à ces événements qui vont nous permettre de partager notre vision avec vous et mieux savoir comment nous pouvons, ensemble, créer des possibilités illimitées.



Allen E. Gant, Jr.
Président-directeur général
Glen Raven, Inc.



LE CENTRE DE FABRICATION AJOUTE L'ÉLECTRICITÉ COMME NOUVEAU PRODUIT



Le centre de fabrication de Norlina de Glen Raven jouit d'une excellente réputation au sein de la société pour sa production de fils de haute performance utilisés pour produire les tissus performants de la marque Sunbrella. Ce centre de la communauté rurale de fermiers de Norlina, en Caroline du Nord, qui emploie 150 employés, est maintenant reconnu pour sa fabrication d'un autre produit : l'électricité.

Cet automne, un module solaire de 500 kilowatts (kW) a été installé sur le toit de l'usine et a été ajouté au réseau d'électricité exploité par la société de services publics électriques de la région, Progress Energy. Capable de produire une quantité d'électricité équivalente aux besoins de 47 maisons typiques, le module solaire de Norlina est le plus grand du programme SunSense® photovoltaïque (PV) commercial de Progress Energy.

« L'alignement de plusieurs facteurs a contribué à matérialiser ce projet », a déclaré Leib Oehmig, président de Glen Raven Custom Fabrics, qui exploite l'usine de Norlina. « Notre engagement en faveur de l'environnement durable a été à l'origine de ce projet, mais rien n'aurait été possible si nous n'avions pas bénéficié de la collaboration de Progress Energy, de nos partenaires technologiques pour l'énergie solaire, et des programmes solaires du gouvernement fédéral et de celui de l'État. »

Il y a plus d'un an, Glen Raven a commencé à planifier le remplacement du toit de l'usine de Norlina, d'une superficie de 16 258 mètres carrés. À peu près à la même période, John Gant, responsable du développement durable pour Glen Raven Custom Fabrics, et Erik Lensch, président d'Argand Energy Solutions situé à Charlotte, étaient en communication à propos des modules solaires. Glen Raven envisageait l'utilisation de panneaux solaires

depuis plusieurs années, mais c'est uniquement lorsque le projet de Norlina a pris tournure que les opportunités en la matière sont devenues réalisables d'un point de vue technique et financier.

« Tandis que John et moi-même discutons de l'opportunité qui se présentait dans l'usine de Norlina, nous nous sommes rendus compte que cela pouvait constituer un projet extrêmement attrayant », a fait savoir M. Lensch. « L'industrie solaire est en pleine progression, car elle permet de produire de l'énergie verte par le biais d'une technologie avancée qui combine une efficacité accrue et des coûts moins élevés ».

Le module solaire qu'Argand a installé sur l'usine de Norlina, opération associée à un projet de remplacement du toit, représente certaines des technologies solaires les plus récentes disponibles sur le marché. Ces modules ne pèsent que 14,65 kg par mètre carré et s'assemblent très facilement, essentiellement par bouton-pression. L'air pouvant circuler à travers les modules à conception ouverte, ceux-ci sont auto-lestés et ne requièrent pas d'ancrage au toit ; ils peuvent néanmoins résister à des vents allant jusqu'à 210 km/h.

La productivité des panneaux solaires de Norlina est accrue grâce à son nouveau toit refroidissant ultrablanc. Alors que les panneaux solaires traditionnels recueillent uniquement l'énergie à partir de la surface faisant face au soleil, les modules de Norlina sont tubulaires et capables de collecter l'énergie solaire sur 360 degrés, y compris les reflets sur le toit.

« Le nouveau toit de notre usine de Norlina est un élément essentiel dans le cadre d'un programme énergétique complet durable », a souligné M. Gant. « En utilisant des matériaux de toiture ultrablancs, nous avons rendu le module solaire beaucoup plus



productif, tout en réduisant les besoins de refroidissement à l'intérieur de l'usine par une marge importante. En envisageant le programme dans son ensemble, c'est-à-dire la conservation énergétique et la nouvelle source d'énergie renouvelable, nous prévoyons une réduction annuelle des gaz à effet de serre de 400 tonnes métriques. »

« Des projets de cette nature sont non seulement favorables aux affaires, mais ils sont également profitables à nos collaborateurs et aux communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités ».

Allen E. Gant, Jr.

Actuellement, Progress Energy a conclu des marchés représentant plus de 100 000 kW d'énergie renouvelable en Caroline du Nord, ce qui contribue à répondre à la norme de l'État en matière de portefeuille d'énergies renouvelables. Cette norme, qui a été établie en 2007, exige que les services publics de distribution d'électricité produisent un certain pourcentage de leurs ventes d'électricité au détail à partir de ressources énergétiques renouvelables.

« Nous sommes convaincus que l'énergie solaire jouera un rôle important dans l'obtention d'un portefeuille énergétique équilibré », a indiqué Lloyd Yates, PDG de Progress Energy Carolinas. « Nous nous sommes engagés à relever les défis présentés par la demande croissante d'énergie, l'augmentation des coûts et le changement climatique mondial, au moyen d'une approche équilibrée qui intègre des investissements dans l'énergie

renouvelable, l'efficacité énergétique et un système de pointe. »

Aux côtés de M. Gant, ont travaillé également sur le projet Glen Raven Todd Wemyss, directeur de l'usine de Norlina, et Chris Roach, directeur de la fiscalité chez Glen Raven. Gupton Roofing, situé à Henderson, en Caroline du Nord, a installé le nouveau toit à haut pouvoir réflecteur.

« Ce projet dans l'usine de Norlina n'est que l'une des nombreuses initiatives de durabilité entreprises par Glen Raven », a déclaré Allen E. Gant, Jr., président de Glen Raven, Inc. « Nous sommes en train de réduire notre consommation d'énergie et d'augmenter le recyclage au sein de tous nos locaux. Des projets de cette nature sont non seulement favorables aux affaires, mais ils sont également profitables à nos collaborateurs et aux communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités. »

Pour voir la production d'énergie solaire de l'usine de Norlina en temps réel, veuillez consulter le site suivant : http://live.deckmonitoring.com/?id=glenraven_norlina_plant.

À GAUCHE Le module solaire de 500 kilowatts (kW) sur le toit de l'usine de Norlina est le plus puissant du programme d'énergie renouvelable de Progress Energy, étant capable de générer une quantité d'énergie équivalente à la consommation d'électricité de 47 maisons typiques en une année. **EN HAUT** Les panneaux solaires utilisés pour le projet de Norlina sont tubulaires, ce qui leur permet de capturer l'énergie solaire sur 360 degrés, y compris les reflets du toit ultrablanc.



PROJETS DURABLES : FAVORABLES À L'ENVIRONNEMENT, FAVORABLES AUX AFFAIRES

4



Tandis que les sociétés mondiales doivent relever le défi qui consiste à adopter des pratiques professionnelles durables pour devenir « plus vertes », une vérité essentielle émerge : les pratiques environnementales réellement durables sont, au final, de bonnes pratiques professionnelles, car elles permettent de fabriquer de meilleurs produits, de réduire les coûts d'exploitation et d'accroître les avantages concurrentiels. Le projet d'investissement réalisé cet automne dans l'usine de finition de Park Avenue de Glen Raven à des fins d'amélioration illustre clairement cette perspective.

Glen Raven a investi près d'un million de dollars pour installer une nouvelle machine de teinture qui assure la convergence idéale entre avantages environnementaux et activités commerciales renforcées. Prenez connaissance de ces données concrètes :

- La nouvelle machine peut traiter 5 487 mètres par lot de teinture, en comparaison avec la capacité de 1 463 mètres de la machine actuelle. Avantage commercial : débit plus élevé de produits finis et meilleure cohérence en matière de couleur entre les lots de teinture plus importants. Avantage durable : utilisation d'eau et d'énergie réduite, et moindres quantités d'eaux usées à traiter.
- Grâce à ses améliorations techniques, la nouvelle machine requiert moins de la moitié de la quantité d'eau par mètre de tissu teint, en comparaison avec la machine actuelle. Avantage commercial : coûts réduits. Avantage durable : moins de consommation d'eau dans un monde qui souffre d'une pénurie d'eau propre.
- Glen Raven prévoit que la nouvelle machine, en parallèle aux améliorations apportées dans l'ensemble de l'usine, continuera à optimiser sa capacité à réaliser de parfaites correspondances de couleurs dès les premières passes, éliminant virtuellement les activités de retraitement. Avantage commercial : coûts réduits et accélération de la production des produits finis. Avantage durable : consommation réduite d'eau et d'énergie.



« Si nous consommons moins d'eau et d'énergie et si nous réduisons notre quantité de déchets et de tissus de second choix en développant des activités d'exploitation plus robustes, nous aurons alors atteint notre objectif en matière de durabilité, tout en devenant également plus compétitifs », a expliqué Harold Hill, président de Glen Raven Technical Fabrics, qui assure l'exploitation de Park Avenue.

« Les exigences en termes de qualité augmentent chaque année ; nos performances actuelles sont à des années-lumière de celles qui étaient considérées comme standard il y a seulement quelques années. »

Ricky Michael

Les défis à relever dans le domaine de la teinture des tissus sont nombreux. C'est un environnement où la température est élevée et les activités intenses, et de nombreuses variables peuvent affecter les résultats obtenus. Une fois le lot de teinture lancé, il faut alors se tenir en attente tout en surveillant le processus et en anticipant le résultat final. C'est uniquement lorsque le lot de teinture est terminé que l'on sait si l'on a obtenu la correspondance de couleur souhaitée.

L'usine de finition de Park Avenue de Glen Raven a réellement commencé à améliorer ses processus de teinture au cours des années 90, lorsqu'elle est devenue un chef de file des tissus pour vêtements de sport. Les couleurs de la marque authentique et des équipes devaient être exactes, ce qui a conduit Park Avenue à investir dans les opérations du laboratoire de teinture et dans les améliorations des processus pour appuyer des correspondances de teinture précises.

Cet engagement s'est intensifié au cours des dernières années, sous l'effet de l'essor de sa fabrication de tissus pour les garnitures des toits des voitures. Les normes définies par les principaux constructeurs automobiles sont rigoureuses, et Park Avenue a réagi en affichant un palmarès enviable quant à sa conformité infaillible à ces normes. L'acquisition de la nouvelle machine de teinture s'inscrit dans le prolongement de cet engagement.

« J'ai parcouru le globe 27 fois, et je peux dire sans hésiter que notre usine de Park Avenue possède les meilleurs teinturiers de nylon et de polyester au monde », a affirmé M. Hill.

Ricky Michael, vice-président de Finishing Services, dirige l'équipe de Park Avenue, qui englobe des collaborateurs du laboratoire de teinture et des services d'exploitation, d'inspection et d'expédition. Il faut adopter une approche intégrée de haut niveau pour satisfaire les clients de Park Avenue.

« Les attentes en matière de qualité deviennent chaque année plus exigeantes ; notre performance actuelle se situe à des années-lumière de ce que l'on considérait comme étant la norme il y a seulement quelques années », nous a appris M. Michael. « La réalité est que n'importe qui dans le monde peut acheter les machines que nous avons. La différence réside dans la manière dont nous utilisons ces machines et dans la manière dont nous innovons. »

L'innovation est le mantra de rigueur dans toute l'usine de Park Avenue, tandis que M. Michael et son équipe s'appliquent à rechercher des moyens d'améliorer la teinture et la finition des tissus, tout en renforçant la durabilité. Comme bon exemple de cette réflexion novatrice, on peut citer l'intégration des besoins en eau de Park Avenue dans le système de refroidissement du siège social de Glen Raven qui se trouve à proximité.

« L'eau que notre siège social utilise dans le cadre de son système de refroidissement est renvoyée préchauffée vers Park Avenue », a indiqué M. Michael. « Nous augmentons la température de l'eau et nous l'utilisons pour la teinture et la finition. Nous estimons que nos économies en énergie représentent à elles seules plus de 17 000 dollars par an. »

À GAUCHE, DE BAS EN HAUT L'usine de Park Avenue de Glen Raven continue de réduire sa consommation d'eau et d'énergie, à la fois pour ses activités de teinture au large et pour celles de teinture par jet, ce qui inclut l'installation d'une nouvelle machine de teinture par jet cet automne. **EN HAUT** Paco Fowler, opérateur de machine de teinture, vérifie le processus de teinture dans une machine de teinture par jet.

UN PROJET DE BATEAU RÉVÈLE
LES SECRETS DU POUVOIR
TRANSFORMATEUR DES TISSUS





« À l'intérieur, un taquet rigide peut éclater en éparpillant un ensemble de débris à travers la cabine. Le fait d'avoir un tissu comme Sunbrella® qui résiste aux déversements me rend parfaitement à l'aise lorsque je suis au gouvernail. »

Steve Mason

Les propriétaires de bateaux et les constructeurs navals peuvent tous deux se rendre compte, tout au moins à un niveau conceptuel, des transformations possibles grâce à l'installation de nouveaux tissus au-dessus et au-dessous du pont. La première impression que provoque un travail effectué sur un bateau provient de l'aspect des biminis, des dodgers et des tauds ; mais entrez dans le bateau et ce sont les tissus qui créent une sensation visuelle et tactile.

L'élément manquant du pouvoir transformateur des tissus marins est le « Comment ? ». Comment un propriétaire de bateau aborde une rénovation en utilisant des tissus ? Comment un constructeur naval collabore avec un propriétaire de bateau pour modifier les applications de tissus, de la proue à la poupe et du pont à la cabine ? C'est cette énigme qui a inspiré un programme de commercialisation novateur créé par Glen Raven Custom Fabrics.

Utilisant le cotre monté en ketch de 13 mètres Hans Christian, le « Galatea », amarré à Olympia, dans l'État de Washington, l'équipe Sunbrella a documenté un processus de transformation à base de tissus, étape par étape, en réalisant une vidéo qui peut être consultée en ligne à l'adresse suivante : <http://galatea.sunbrella.com>.

« Nous pensons que ceux qui participent aux activités du secteur maritime apprécient intuitivement la manière dont de nouveaux tissus peuvent transformer un bateau », nous a informés Gina Wicker, directrice de création et de décoration chez Glen Raven Custom Fabrics. « Notre objectif était de documenter visuellement l'intégralité du processus, du début à la fin, pour encourager d'autres propriétaires et constructeurs de bateaux à se lancer dans des projets similaires. »

Le propriétaire du bateau est Steve Mason, photographe et navigateur aguerri qui explore chaque année le Pacifique, accompagné par sa femme, Teri. Les Mason combinent souvent leur travail à leurs navigations vers des lieux exotiques.

« Un propriétaire de bateau qui entreprend un projet de ce type doit avoir l'esprit ouvert et être prêt à avoir d'agréables surprises », M. Mason a fait observer. « Au fur et à mesure de l'évolution du processus, nos deux fabricants ont apporté des idées remarquables. »

Jason Iverson, propriétaire d'Iverson's Design, est un artisan qui met au point des tissus marins novateurs, et qui est très connu pour les créations de toile dodger qui portent sa griffe. M. Iverson a conçu des éléments en toile destinés à être placés au-dessus du pont du Galatea ; par le biais de vidéos affichées sur son blog, il fournit des conseils en matière de conception, de fabrication et d'installation.

La transformation du Galatea au-dessous du pont a été orchestrée par Pam Tregoning, qui exploite actuellement Portage Canvas & Upholstery. Elle est également une prestigieuse artisanne et, par le biais de vidéos affichées sur son blog, elle révèle les secrets qui permettent d'assurer l'intégration et la fonctionnalité appropriées

des coussins et d'autres tissus décoratifs.

Mme Wicker a rempli les fonctions d'experte en tissus dans le cadre du projet, offrant ses avis quant aux choix liés au travail à effectuer au-dessus et au-dessous du pont.

« Le Galatea est un bateau classique qui a une longue tradition nautique ; la sélection du tissu devait donc être authentique », a fait savoir Mme Wicker. « Un des aspects les plus passionnants du projet a été de savoir comment incorporer de nouvelles conceptions de tissus tout en respectant les traditions nautiques du bateau. »

En ce qui concerne le Galatea, les tissus marins Sunbrella Silica Sesame et Sunbrella View Toast ont été choisis pour l'extérieur, et le tissu d'ameublement Sunbrella Linen Sesame a été principalement utilisé pour l'intérieur. Par ailleurs, Bailey Daffodil, Dupione Cornsilk, Pango Cream et Spectrum Coffee sont des tissus qui ont servi à rehausser la décoration de la cabine.

M. Mason a déclaré que la transformation réalisée grâce aux tissus avait été, pour lui, une expérience d'apprentissage, et les enseignements tirés sont communiqués par le biais du blog consacré à ce projet de rénovation.

« Il est essentiel que les fabricants puissent être en contact avec le propriétaire du bateau tout au long du processus », a précisé M. Mason. « Tout comme pour la rénovation d'une maison, un grand nombre de décisions à prendre au quotidien lors d'une transformation personnalisée peuvent être prises si les fabricants sont en mesure de contacter le propriétaire du bateau au cours des processus de production. »

Les autres conseils sont les suivants : il convient de communiquer suffisamment à l'avance les délais d'exécution, d'investir dans d'excellents artisans et dans des composants de haute qualité, et d'utiliser des échantillons de tissu suffisamment grands lors de la réalisation des dernières sections, particulièrement au-dessous du pont. La réalisation de ce projet a rendu M. Mason davantage convaincu de l'importance des tissus marins de qualité.

« D'un point de vue fonctionnel, la protection que les textiles de qualité peuvent procurer sur le pont n'est jamais trop soulignée », a fait valoir M. Mason. « Quant à l'intérieur, un taquet rigide peut éclater en éparpillant un ensemble de débris à travers la cabine. Le fait d'avoir un tissu comme Sunbrella qui résiste aux déversements me rend parfaitement à l'aise lorsque je suis au gouvernail. »

À GAUCHE L'intégralité de la rénovation à base de tissus du Galatea, intérieure et extérieure, peut être suivie par le biais d'un blo interactif et d'une série de webisodes. CI-DESSUS Propriétaire du Galatea, Steve Mason attache une bâche de protection du poste de pilotage nouvellement installée.

GLEN RAVEN LOGISTICS ASSEMBLE LES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT MONDIALES

« Nos partenaires logistiques jouent un rôle extrêmement important pour assurer le succès de notre société, et Glen Raven est devenu une ressource encore plus précieuse. »

Chris Johnson



Mel Starrantino, propriétaire et président de la société Urban Stitching, basée à New York, est conscient de ses atouts et de ceux de ses collègues. Si vous recherchez une mode féminine élégante et des architectures vestimentaires à valeur ajoutée que les consommateurs apprécient, c'est à l'équipe d'Urban Stitching que vous devez vous adresser.

« Les plus grands atouts de notre équipe se situent dans le domaine du développement des produits », a expliqué M. Starrantino. « Non seulement nous sommes capables de donner vie aux conceptions vestimentaires de nos clients, mais nous pouvons également donner des idées à nos clients en matière de création. C'est ce qui nous différencie sur le marché. »

Urban Stitching sait également très bien identifier les partenaires mondiaux indispensables pour créer des vêtements concurrentiels en matière de coûts. Grâce à de solides partenariats tout au long des chaînes d'approvisionnement mondiales, y compris celle avec Glen Raven Logistics, Urban Stitching est devenu un fournisseur de premier rang auprès d'un certain nombre de détaillants de vêtements pour femmes parmi les plus importants du pays.

« Les règles du commerce mondial changent constamment, et nous devons évoluer continuellement », a-t-il poursuivi. « C'est un type d'environnement qui nécessite que nous ayons des

partenaires capables d'apprendre et de changer en même temps que nous. »

Glen Raven Logistics et Urban Stitching sont des partenaires de chaîne d'approvisionnement depuis 10 ans. Glen Raven Logistics fait bénéficier Urban Stitching de son expertise en chaîne d'approvisionnement rentable au Mexique, qui est un des lieux où Urban Stitching s'approvisionne en matières premières et fabrique des vêtements. Outre le Mexique, Urban Stitching fabrique également des vêtements dans un certain nombre d'autres sites, notamment à New York, en Chine, au Vietnam et en Inde.

« De nos jours, la rapidité de mise sur le marché est ce qui compte avant tout », dit Chris Johnson, responsable de la production chez Urban Stitching. « Vous devez pouvoir identifier les lieux d'approvisionnement en matières premières et les centres de fabrication dans le monde tout entier, tout en répondant aux attentes de plus en plus exigeantes en matière de qualité, de prix compétitifs et de livraisons ultrarapides. Et Glen Raven Logistics se tient à la hauteur de ces exigences. »

Urban Stitching a été créé il y a 17 ans, et a été pendant de nombreuses années le fournisseur exclusif des vêtements pour femmes de Chico. Au cours des années plus récentes, la société a élargi ses activités en desservant d'autres détaillants importants,





y compris Kohl's, Macy's, Dress Barn, Stein Mart et T.J. Maxx.

En tant que l'une des premières sociétés de transport et de logistique d'Amérique du Nord à développer une chaîne d'approvisionnement au Mexique, Glen Raven Logistics est un partenaire idéal pour Urban Stitching. Les excellentes connaissances de Glen Raven en matière d'itinéraires et de douanes permettent aux sociétés telles qu'Urban Stitching de prendre en toute confiance des engagements de livraison fermes à l'égard de leurs clients.

« Ce qui frappe le plus mon esprit, ce sont les communications », a indiqué Charlie Edgerton, président de Glen Raven Logistics. « Parfois, on a l'impression de jouer à un gigantesque jeu d'échecs ; et si vous déplacez cette pièce, toutes les autres pièces doivent alors se déplacer stratégiquement au même moment. Dans ce type d'environnement, vous devez obtenir que tout le monde soit sur la même longueur d'onde pour ne pas avoir à deviner les dates de livraison réelles ou où se trouve une expédition. »

Le jeu d'échec de la logistique pour Urban Stitching et Glen Raven Logistics est devenu encore plus difficile il y a deux ans, lorsqu'Urban Stitching a identifié une ressource de fabrication au Guatemala et a demandé à Glen Raven d'étendre sa chaîne d'approvisionnement à l'Amérique centrale. Cette demande s'est accompagnée de défis importants liés non seulement aux itinéraires

de transport, mais également aux douanes et à la sécurité.

Bien que l'équipe de Glen Raven Logistics ait tout d'abord examiné la demande d'Urban Stitching avec une certaine appréhension, elle a pu élaborer une solution. Grâce à l'établissement d'un réseau mettant à contribution des clients existants et d'autres ressources, Urban Stitching dispose maintenant d'une chaîne d'approvisionnement efficace tournée vers le Mexique et le Guatemala pour revenir ensuite vers les États-Unis.

« Glen Raven est toujours prêt à intervenir pour que nous puissions effectuer nos opérations », a ajouté M. Johnson. « Nos partenaires logistiques jouent un rôle extrêmement important pour assurer le succès de notre société, et Glen Raven est devenu une ressource encore plus précieuse. »

CI-DESSOUS Grâce à sa vaste expérience de la conception et de la construction des vêtements, appuyée par une chaîne d'approvisionnement mondiale, Urban Stitching est un fournisseur de vêtements pour femmes de premier plan auprès des détaillants du pays tout entier. **EN HAUT À GAUCHE** Kasie Rae Vitale, à gauche, et Chris Johnson, responsables de la production, dans la salle d'exposition d'Urban Stitching, à New York. **EN HAUT** Charlie Edgerton, président de Glen Raven Logistics, à gauche, et Mel Starrantino, propriétaire et président d'Urban Stitching, ont créé un partenariat stratégique qui constitue assurément une ressource fiable permettant de proposer des offres de vêtements pour femmes de haute qualité et à des prix compétitifs.



10 ENSEIGNEMENTS PRATIQUES SUR LA MANIÈRE D'INTENSIFIER LES VENTES D'AUVENTS

BILL FOSTER
RESPONSABLE DE FORMATION, TRI VANTAGE



Après avoir dirigé pendant quelques mois une entreprise d'auvents rétractables, j'ai été confronté à une réalité pénible : quelque chose n'allait pas. Ayant deux enfants en partance pour l'université, nous savions que nous devions améliorer notre performance pour pouvoir générer des ventes et des bénéfices que les frais universitaires et notre style de vie de classe moyenne nécessitaient.

Nous avons analysé notre expérience et avons commencé à changer la manière dont nous approchions le marché, et nous avons obtenu des résultats. Notre taux de concrétisation des ventes d'auvents s'est amélioré régulièrement, atteignant entre 75 et 80 % de tous les prospects. Comment sommes-nous parvenus à ce résultat ? En suivant 10 principes de vente et de commercialisation, que j'ai le plaisir de partager avec nos partenaires de la fabrication d'auvents :

« Ces 10 étapes m'ont permis d'obtenir des résultats, et elles peuvent être tout autant utiles à tout fabricant d'auvents. Cela prend du temps et demande d'être discipliné de modifier son approche, mais je peux vous assurer qu'elle donne de très bons résultats. »

Bill Foster

- **Investissez dans vos clients.** Nous voudrions tous exploiter une entreprise que tous les clients appellent pour passer des commandes. Mais en réalité, ce n'est pas aussi facile que cela, et c'est pourquoi il est important d'investir dans vos clients en partant à leur recherche. Assistez aux salons de la maison, envoyez des cartes postales dans les quartiers ciblés et assurez le suivi des prospects qualifiés.
- **Qualifiez vos prospects.** Qualifier les prospects est l'une des manières les plus importantes d'accroître votre succès en matière de ventes. Trois éléments essentiels doivent être pris en compte : sont-ils propriétaires de leur propre habitation ? Ont-ils du mal à contrôler leur ensoleillement et ce problème peut-il être résolu en utilisant un auvent ? Et ont-ils les moyens financiers d'en acheter un ? Veillez à répondre à ces trois questions dès que possible dans le cadre du processus de vente.
- **Positionnez-vous en mettant l'accent sur ce qui vous différencie.** Pour connaître la réussite, vous devez vous distinguer d'une manière ou d'une autre. Chaque fois que je me rendais chez un prospect, j'utilisais une boussole pour déterminer l'angle solaire. Les propriétaires des lieux étaient impressionnés par mon approche scientifique, ce qui me permettait de me distinguer par rapport à la concurrence.
- **Ajustez votre style.** Chaque client est différent, ce qui signifie que vous devez ajuster votre style. Prenez le temps de vous familiariser avec la personnalité du prospect, ce qui vous permettra de développer une relation beaucoup plus rapidement.

- **Vendez la hauteur.** Il est essentiel que le client comprenne combien il est important de monter l'auvent à la bonne hauteur, ce qui correspond généralement à une hauteur de 2 m 75 au-dessus de l'aire qui doit être ombragée. Utilisez des photos pour illustrer un montage approprié, même s'il doit se situer sur le toit.
- **Moins, c'est mieux.** Vous vendez de l'ombre, et non pas une taille d'auvent. Si vous vous efforcez de vendre l'auvent le plus petit possible pour créer la zone d'ombre souhaitée, votre taux de concrétisation augmentera.
- **Moteurs et contrôles électroniques.** Limitez le nombre de décisions que le client doit prendre. J'incorporais toujours les moteurs et contrôles électroniques à chaque offre, afin d'éviter au client d'avoir à prendre cette décision.
- **Choix du tissu.** Le choix du tissu est l'un des aspects les plus importants de la conclusion d'une vente, et c'est la raison pour laquelle j'orientais mes prospects vers une bonne prise de décision. Montrez du doigt les couleurs les plus populaires et suggérez des tissus qui sont un complément aux couleurs utilisées pour l'habitation.
- **Créez de la valeur.** La vente bon marché n'a aucun avenir. Je mettais toujours l'accent sur la qualité des systèmes que je vendais. Les composants de haute qualité ont un impact relativement mineur sur les coûts, mais un impact énorme au niveau de la satisfaction et des références.
- **Concluez l'affaire naturellement.** La conclusion d'un contrat doit être un élément naturel du processus, dans laquelle vous transitionnez avec aisance. Je rédigeais toujours une offre, de sorte que si le client n'était pas prêt à prendre un engagement ce même jour, il lui suffisait de nous passer un coup de fil.

Ces 10 étapes m'ont permis d'obtenir des résultats, et elles peuvent être tout autant utiles à tout fabricant d'auvents. Cela prend du temps et demande d'être discipliné de modifier son approche, mais je peux vous assurer qu'elle donne de très bons résultats.

Bill Foster est responsable de la formation commerciale pour Tri Vantage, filiale de distribution de Glen Raven. Au cours de sa carrière, Foster a été aumônier de prison et responsable d'une concession d'auvents rétractables. Il est membre de la National Speakers Association (association nationale de conférenciers) et, dans le cadre de ses fonctions actuelles, il dispense une formation aux collaborateurs et clients de Tri Vantage. Foster se tient à votre disposition pour organiser des conférences et des sessions de formation au cours desquelles il présente son programme en 10 étapes de manière plus détaillée.

EN HAUT Bill Foster, responsable de formation pour Tri Vantage, indique que les fabricants d'auvents peuvent se différencier de leurs concurrents en procédant à de petits ajustements, p. ex. en utilisant une boussole pour vérifier la position du soleil. **À DROITE** Foster suggère d'aider les clients des auvents à s'orienter vers les tissus les plus populaires et les couleurs qui sont un complément aux aspects extérieurs de l'habitation.



LA TECHNOLOGIE COMBINÉE À L'ART DONNE DE L'ÉLAN AU MARCHÉ



Pendant plus de 20 ans, Sherri Donghia a dirigé les équipes de conception et de commercialisation chez Donghia Fabrics, créant quelques-uns des textiles les plus remarquables de l'industrie, y compris une collection griffée qui incorporait les fils de haute performance Sunbrella®.

Cette expérience, qui consiste à combiner des éléments hautement techniques à des éléments extrêmement artistiques, s'est transformée pour Mme Donghia en une passion qu'elle exprime aujourd'hui par le biais de ses activités comme membre du Conseil d'administration de la célèbre Rhode Island School of Design (école des arts décoratifs), et comme consultante, ce qui inclut, entre autres, de travailler avec l'équipe de Sunbrella dédiée à la conception des tissus.

« Une des initiatives les plus importantes de la Rhode Island School of Design s'appelle « STEM to STEAM » », nous a-t-elle indiqué. (STEM [Science, Technology, Engineering and Math, soit Science, Technologie, Ingénierie et Mathématiques] to STEAM [Science, Technology, Engineering, Art and math, soit

Science, Technologie, Ingénierie, Art et Mathématiques])
« Notre école insiste auprès des dirigeants gouvernementaux et des chefs d'entreprise sur l'importance d'intégrer l'art dans le cadre de l'accent mis actuellement sur la science, la technologie, l'ingénierie et les mathématiques. Le fait d'intégrer l'art dans l'équation transforme STEM en STEAM. »

« De nos jours, les créateurs sont des penseurs et des fabricants importants qui nous aident à assurer qu'un produit a un impact émotionnel sur le consommateur ».

Sherri Donghia

Mme Donghia se réunit régulièrement avec l'équipe de conception de Sunbrella pour partager des idées inspiratrices et novatrices. Cette relation s'inscrit dans le cadre d'un engagement profond et soutenu de la part des créateurs de Sunbrella qui





tiennent à se tenir continuellement au courant des tendances en matière de couleurs et de styles.

« L'histoire des tissus Sunbrella illustre à merveille l'initiative STEM to STEAM », a fait remarquer Gina Wicker, directrice de création et de décoration chez Glen Raven Custom Fabrics. « Les tissus Sunbrella ont d'abord été un produit industriel très technique pour les auvents. Au cours des dix dernières années, l'art est devenu un élément intégral de la marque Sunbrella, tandis que nous avons agrémenté de motifs des tissus qui sont beaux, doux au toucher et hautement performants. »

Selon Mme Donghia, si une société décide de s'aligner sur la transformation STEM to STEAM, sa direction à son niveau le plus élevé doit s'engager à briser les cloisons qui séparent la création de la production. STEM to STEAM injecte des éléments émotionnels dans tous les aspects de la création, de la fabrication, de la commercialisation et de la vente des produits, et des services après-vente.

« De nos jours, les créateurs sont des penseurs indispensables et des fabricants indispensables qui peuvent contribuer à assurer que les produits ont un effet émotionnel sur les clients », a poursuivi Mme Donghia. « Il ne s'agit pas simplement de couleurs et de motifs, mais d'expériences intégrales et authentiques des marques. »

Cette attention particulière portée à l'intégration totale de la conception et de la technologie se reflète aujourd'hui chez Glen Raven, où l'équipe de conception Sunbrella collabore étroitement avec les personnels de la recherche et du développement (R&D) et de la production dans l'usine d'Anderson, en Caroline du Sud. Les créateurs Sunbrella accompagnent également les collaborateurs des ventes et de la commercialisation au cours de leurs réunions avec les clients.

« Nous voulons que nos clients nous demandent de faire des choses que nous n'avons jamais faites auparavant », a précisé Mme Wicker. « Nos équipes de recherche et de fabrication sont très ouvertes aux nouvelles idées et les défis les passionnent ; le processus implique désormais une étroite collaboration. »

Les transformations STEM to STEAM sont évidentes dans un certain nombre de produits que Glen Raven fabrique actuellement, y compris les activités de la société qui ciblent le secteur automobile. L'équipe dédiée au secteur automobile de Glen Raven Technical Fabrics travaille en étroite collaboration avec les concepteurs automobiles pour matérialiser des visions artistiques dans le cadre de la création des tissus de haute performance.

« Nous commençons par la vision conceptuelle du véhicule que le fabricant de voitures a, ce qui amorce l'aspect « artistique » de notre travail », nous a fait entendre Patrick Hennessy, responsable commercial des tissus automobiles. « Il est cependant essentiel que nous pussions plus avant cet aspect artistique au niveau de la conception et de la construction du tissu, pour définir finalement de manière détaillée la construction du tissu et le coût de production ».

Cette même combinaison entre performance technique, esthétique et coût se traduit dans les tissus médiateurs EverGreen de Dickson Coatings of France. Les tissus EverGreen, qui sont les tissus médiateurs les plus écologiques qui existent actuellement sur le marché, sont utilisés par des détaillants haut de gamme et dans des lieux célèbres du monde entier.

« Avec EverGreen, nous sommes parvenus à obtenir un tissage comparable à de la toile, qui se prête à l'utilisation de couleurs vives et à une précision photographique », a fait valoir Matthew Watson, directeur général de Dickson Coatings. « Nos tissus ont non seulement une merveilleuse apparence, particulièrement lorsqu'on les examine de près, mais ils sont également ignifuges. Nous avons atteint un équilibre entre beauté et performance, en collaborant étroitement avec des imprimeurs pendant plusieurs années, cherchant continuellement à trouver le juste équilibre. »

À GAUCHE Gina Wicker, directrice de création et de décoration chez Glen Raven, à gauche, s'entretient avec Sherri Donghia, consultante en décoration. **EN HAUT À GAUCHE** Les tissus pour garniture de toit de Glen Raven et les tissus médiateurs de Dickson Coatings illustrent le mariage entre décoration et technologie. **CI-DESSUS** L'équipe de conception de Sunbrella® intègre l'art aux tissus de haute performance.

L'ANNIVERSAIRE DU 11 SEPTEMBRE RENOUVÈLE L'INTÉRÊT PORTÉ AUX DRAPEAUX ET BANDEROLES

Contrairement aux autres industries qui suivent les fluctuations à la hausse et à la baisse de l'économie, ou qui sont motivées par les toutes dernières nouveautés en matière de style, de couleur ou d'innovation de produit, l'industrie des drapeaux et banderoles est fortement influencée par le patriotisme et les émotions qui découlent d'évènements historiques tels que ceux du 11 septembre 2001. Glen Raven est un fournisseur important auprès de cette industrie, et fabrique des tissus en nylon dans son usine de Burnsville, en Caroline du Nord, qui représentent la majorité de sa production domestique de tissus pour drapeaux.

« La demande de drapeaux a été sans précédent à la suite des évènements du 11 septembre, et elle a augmenté cette année à l'occasion de la célébration du 10^e anniversaire », a déclaré Kirk Fitzsimmons, responsable des comptes liés aux tissus pour drapeaux et banderoles chez Glen Raven. « Toutes les grandes sociétés de cette industrie, y compris Glen Raven, sont des entreprises familiales qui existent depuis longtemps et dont l'histoire est intimement liée à celle des États-Unis. »

Dans cette présentation, nous examinons trois des principales sociétés du marché des drapeaux et banderoles, en célébration du 10^e anniversaire du 11 septembre.



14



Les évènements du 11 septembre ont suscité un intérêt en faveur de l'affichage des couleurs nationales, intérêt qui a été renouvelé cette année à l'occasion de la célébration du 10^e anniversaire. Le « Flag of Honor » (drapeau honorifique), portant les noms de tous ceux qui ont péri le 11 septembre 2001, a été présenté au cours d'évènements spéciaux organisés dans tout le pays, y compris à Battery Park, à New York. Les drapeaux cousus à la main demeurent une tradition américaine.

ANNIN FLAGMAKERS, Roseland, N.J.

www.annin.com • www.facebook.com/annin1847

Le drapeau américain avait moins de 50 ans lorsqu'Alexander Annin commença à fabriquer des drapeaux des États-Unis pour les navires marchands dans son magasin de fabrication de voiles, situé sur la rive de la Ville de New York, dans les années 1820. Un drapeau Annin a été hissé à chaque inauguration présidentielle depuis Zachary Taylor, et c'est un drapeau Annin qui a enveloppé le cercueil d'Abraham Lincoln lors de son transport à destination de Springfield, Illinois.

Annin Flagmakers, qui est toujours une entreprise familiale, a été choisi en tant que fabricant de drapeaux officiel pour le projet Flag of Honor (drapeau honorifique) et Flag of Heroes (drapeau des héros). Ces drapeaux portent les noms de tous ceux qui ont péri le 11 septembre 2001. À l'heure actuelle, Annin dessert plus de 1 000 concessionnaires aux États-Unis, ainsi que de grands magasins de détail et de grands comptes d'entreprise.



« Le changement le plus important intervenu dans notre industrie a consisté à étendre l'impression numérique initialement utilisée pour les petites passes personnalisées à la production principale. Chez Annin, nous nous appliquons à maintenir une technologie à la pointe du progrès, y compris les techniques d'impression numérique des drapeaux. Il est également essentiel que nous fournissions à notre réseau de concessionnaires des programmes novateurs en matière de vente et de commercialisation. Notre principal objectif est de prolonger notre réussite passée, tout en nous concentrant sur le futur. » **Carter Beard, Président-directeur général**

VALLEY FORGE FLAG, Wyomissing, Pa.

www.valleyforgeflag.com

Les fondateurs de Valley Forge Flag vendaient les surplus de la Première Guerre Mondiale lorsqu'ils ont réalisé que les Américains souhaitent ardemment faire voler le drapeau des États-Unis. Ils se sont donc rapidement lancés dans la fabrication du drapeau et sont devenus un fournisseur important auprès du gouvernement américain. Les drapeaux de Valley Forge volent sur le Capitole et ont enveloppé les cercueils des présidents américains depuis quatre décennies, y compris D. Eisenhower, Lyndon Baines Johnson, Richard M. Nixon et John F. Kennedy.

Aujourd'hui, Valley Forge est exploité par l'arrière-petit-fils du fondateur, et la société est fière de fabriquer des drapeaux dans ses établissements ultramodernes situés en Caroline du Sud. Valley Forge a pris la tête de l'industrie pour l'intégration verticale destinée à contrôler tous les aspects du processus de fabrication. Reconnaisant que les Américains veulent acheter des produits « Fabriqués aux États-Unis » qui ne se limitent pas au drapeau américain, Valley Forge a joué un rôle de pionnier dans le domaine de l'approvisionnement en mâts, ancrages et autres accessoires aux États-Unis.



« L'évènement du 11 septembre a certainement augmenté le niveau de patriotisme dans notre pays et a créé une toute nouvelle génération d'individus qui font voler avec fierté le drapeau américain et qui apprécient les produits fabriqués aux États-Unis. Notre société continue actuellement de se développer, car nous sommes une famille très unie qui se donne pour mission de répondre aux besoins de ses clients. » **Scott Liberman, Président et Directeur de l'exploitation**

GLASER MILLS, Huntington, N.Y.

www.glasermills.com

La famille Glaser travaille dans le secteur textile depuis 1947, ayant tout d'abord importé et exporté des tissus. Représentant la troisième génération de cette exploitation familiale, Glaser est aujourd'hui un important convertisseur de tissus de drapeau, appliquant des apprêts aux tissus de drapeau qui sont ensuite imprimés par les fabricants de drapeaux dans tous les États-Unis.

Glaser travaille avec des partenaires de fabrication situés dans le monde entier, et gère de vastes inventaires de tissus en nylon et en polyester. En raison de ses hauts niveaux d'inventaires et de ses systèmes de gestion des informations, Glaser Mills a une excellente réputation en ce qui concerne les inventaires juste à temps et la stabilité des structures de prix.

Les tissus de Glaser Mills ont été choisis pour les drapeaux qui couvraient les terrains de la National Football League (NFL) (ligue nationale de football américain) à l'occasion de la célébration du 11 septembre, et la majorité de ces tissus ont été tissés par Glen Raven.

« Mon grand-père disait toujours que vous ne pouvez rien vendre si l'étagère est vide, et nous avons intégré cette philosophie dans notre stratégie d'entreprise qui vise à maintenir de hauts niveaux d'inventaires, ce qui permet également d'assurer une stabilité de prix pour nos clients. Nous accordons une importance primordiale au service clientèle, que nous renforçons en utilisant les technologies de l'information qui nous permettent de mettre nos inventaires à la disposition des clients, à tout moment et à partir de tout lieu du globe. » **Mike Glaser, Président-directeur général**

DICKSON-CONSTANT DÉPLOIE UNE COMMERCIALISATION MOBILE POUR LES STORES

« L'application iPhone est pour nous une manière de susciter l'intérêt des consommateurs de manière directe et de créer un lien entre eux et nos clients. »

Patrick Raguet

Une des toutes nouvelles frontières en matière de commercialisation a trait aux communications mobiles, qui tirent profit des formidables graphiques et de la facilité d'utilisation offerts actuellement par la technologie des téléphones intelligents et des tablettes, qui connaît un rapide essor. Dickson-Constant met à profit la fascination que ces nouveaux dispositifs exercent sur les consommateurs en faisant la promotion d'une application mobile pour les stores.

« La technologie des téléphones intelligents et des tablettes progresse à vive allure dans toute l'Europe », a souligné Patrick Raguet, directeur de la commercialisation de Dickson-Constant, basée en France. « L'application iPhone est pour nous une manière de susciter l'intérêt des consommateurs de manière directe et de créer un lien entre eux et nos clients. C'est également une nouvelle manière de présenter ce qui est souvent considéré comme étant un produit traditionnel : un auvent. »

L'application mobile de Dickson-Constant, dénommée « Dickson Designer » (concepteur Dickson), permet à un utilisateur de photographier un bâtiment ou d'avoir accès à une image d'une bibliothèque de photographies et d'appliquer ensuite quatre types d'auvents différents : à bras pliants, verticaux, à projection ou corbeilles. Plus de 50 tissus différents peuvent être utilisés pour développer une création de store en utilisant les collections de tissus Orchestra, Rhythm & Harmony et Sunbrella de Dickson.

« L'application est amusante à utiliser et permet à l'utilisateur de procéder à de multiples ajustements pour les stores qu'il crée », a noté M. Raguet. « Grâce à cette application, nous montrons que Dickson est à la pointe des nouvelles technologies et que nous fournissons à nos clients des outils de vente qui peuvent les distinguer de la concurrence. »

UN TISSU DE DICKSON COATINGS EST DÉPLOYÉ À LA TOUR DE LONDRES

16

« Notre structure novatrice minimise l'impact visuel pour les visiteurs de la Tour de Londres, tout en offrant une nouvelle conception d'équipement extérieur passionnante pour le marché évènementiel. »

Ben Scroggie

En 1066, lorsque Guillaume le Conquérant construisit la majestueuse Tour blanche (White Tower) sur la rive nord de la Tamise dans le centre de Londres, son intention n'était certainement pas de développer le tourisme. La Tour de Londres (Tower of London), qui devint son appellation commune, a symbolisé à l'origine l'oppression de la conquête normande de l'Angleterre.

Au cours des siècles qui ont suivi, la Tour a joué des rôles clés dans l'histoire de l'Angleterre, comme résidence royale, dépositaire des joyaux de la couronne, quartier général de plusieurs fonctions gouvernementales et, plus d'une fois, comme prison. Elle a été plusieurs fois assiégée, et il a été important d'en assurer le contrôle pour tenir les rênes du pays.

De nos jours, la Tour de Londres, qui est un ensemble de plusieurs bâtiments situés à l'intérieur de deux cercles concentriques de murs de défense flanqués d'une douve, est l'une des attractions touristiques les plus populaires du pays. L'élément le plus récent ajouté au site est un pavillon, construit dans la partie Nord de la douve (North Moat) et inauguré au cours de l'été 2011 en tant que site destiné à abriter des fonctions et des conférences d'entreprise, ainsi que des soirées et bals somptueux.

Mar-Key, l'un des chefs de file britanniques dans le domaine de la conception et de la construction des structures temporaires, a édifié le pavillon d'une superficie de 195 mètres carrés, en utilisant un tissu ignifuge de Dickson Coatings, qui est le fabricant des tissus de spécialité de Glen Raven, basé en France.

« Notre structure novatrice minimise l'impact visuel pour les

visiteurs de la Tour de Londres, tout en offrant une nouvelle conception d'équipement extérieur passionnante pour le marché évènementiel », a fait observer Ben Scroggie, directeur général de Mar-Key, qui propose une vaste gamme de structures pour les activités d'accueil des entreprises, les événements sportifs et publics et les expositions.

Une grue a dû être installée pour faire descendre tout l'équipement nécessaire dans la douve qui, de par la nature même de sa conception et de sa fonction historiques, n'est pas facilement accessible. Plus de 12 000 heures ont été passées à construire le pavillon, appelé « Le Conquérant » en l'honneur de Guillaume le Conquérant. The Ultimate Experience, l'une des principales sociétés britanniques organisatrices d'événements d'entreprise, assure la gestion du lieu, qui est ouvert pendant l'été et la saison des fêtes, et peut accueillir entre 200 et 600 personnes pour des diners et jusqu'à 1 000 personnes pour des réceptions.

En abaissant les angles du toit du Pavillon et en pliant son dôme, le Pavillon n'obstrue pas la vue des visiteurs qui se promènent autour de la Tour de Londres. Afin de protéger le sol de la douve, Mar-Key n'a pas été autorisé à utiliser des piquets ou les poids habituels en béton armé. La structure est maintenue en place grâce à un système de pondération interne qui utilise 12 tonnes de plaques en acier.

« Nous avons utilisé une nouvelle structure à un seul pan pour qu'elle puisse s'intégrer à la douve sans distraire les touristes de leur précieuse expérience lorsqu'ils visitent ce site historique », a précisé M. Scroggie. « La couleur grise du tissu de Dickson Coatings était idéale pour faire écho à la Tour. »

DICKSON[®] DESIGNER

Dickson Designer est compatible avec iPhone 3GS, iPhone 4, iPad 2 et iPad 1. Les adaptations pour le PC et iPad offrent une plus grande fonctionnalité, en comparaison avec l'iPhone.

« L'application iPhone est quelque peu limitée en matière d'options car nous voulons qu'elle soit simple et rapidement utilisable », a ajouté M. Raguét. « Les versions iPad, Web et PC offrent toutes les options possibles, avec de nombreux types de produits d'ombrage solaire et toute notre sélection de tissus. »

Pour de plus amples informations, consultez le site www.dicksondesigner.com.

Une nouvelle application mobile de Dickson-Constant permet aux consommateurs et aux propriétaires d'entreprises de visualiser les stores sur leurs habitations ou entreprises.



Il s'agit du tissu Lac 650 SL de Dickson Coatings, d'une largeur de trois mètres, qui est ignifuge et destiné à être utilisé pour les tentes et les structures temporaires. Le tissu Lac 650 est protégé par le Lowick System de Dickson Coatings, qui est un traitement anti-capillarité à l'intérieur du revêtement servant de protection contre les moisissures et le mildiou. Le matériau de polychlorure de vinyle (PVC) est également recouvert de la laque exclusive de Dickson, Cleangard, qui empêche les souillures et facilite le nettoyage.

« L'aspect ignifuge a été un facteur important, ainsi que la facilité de fabrication et le fait que Mar-Key connaissait bien nos matériaux, car elle les utilise depuis 18 ans », nous a communiqué Matthew Watson, directeur général de Dickson Coatings. « Le fait que le tissu Lac 650 soit déployé au sein d'un site d'une aussi grande importance historique rend hommage à nos collaborateurs qui travaillent au développement et à la fabrication. »

Pour en savoir davantage, consultez les sites Internet suivants : <http://www.pavilion-toweroflondon.co.uk/> www.mar-key.com <http://www.the-ultimate.co.uk/venue/tower-of-london-moat/> www.dicksoncoatings.com

Des tissus de Dickson Coatings ont été choisis pour habiller le nouveau Pavillon de la Tour de Londres, offrant une solution de haute performance extrêmement bien assortie aux couleurs de la structure historique.



TOURNÉE MONDIALE POUR CONNECTER LES COLLABORATEURS ET PROMOUVOIR NOTRE VISION

« Notre vision est destinée à ouvrir les esprits de tous les collaborateurs et à partager des idées novatrices qui proviennent de la société toute entière. »

Allen E. Gant, Jr.

Tout au cours de l'été et jusqu'en automne, Allen E. Gant, Jr., président-directeur général de Glen Raven a pris la route, parcourant plus de 22 531 km dans tous les États-Unis, dans le cadre de sa « Tournée de la Vision ». Ce voyage est en relation avec l'engagement personnel de M. Gant, déterminé à prendre contact avec des collaborateurs à tous les niveaux et à promouvoir la nouvelle vision de Glen Raven, Let Endless Possibilities Begin™ (ouvrir un champ de possibilités illimitées).

« Plus je voyage et plus j'entre en contact avec nos collaborateurs, et plus je m'aperçois que nous pouvons être convaincus d'avoir créé la bonne vision pour Glen Raven », affirme M. Gant. « Partout où nous nous sommes rendus, nos collaborateurs nous ont fait savoir comment cette vision fait déjà une différence et, ce qui est encore plus important, comment ils découvrent de nouvelles opportunités d'innovation. Nous venons seulement d'effleurer la surface des changements que nous pouvons effectuer au bénéfice de nos clients. »

Glen Raven a lancé sa nouvelle vision au mois de décembre de l'an dernier, en organisant une conférence WebEx qui a connecté simultanément plus de 30 sites du monde entier. La nouvelle vision, créée par des collaborateurs rassemblés en un groupe de travail à l'échelle mondiale, est destinée à insister sur l'importance accordée par Glen Raven à la réflexion créatrice et à la collaboration au sein de la société et avec les clients, vendeurs et partenaires commerciaux.

« Un enthousiasme et une passion remarquables en faveur de la vision ont été exprimés dans tous les sites que nous avons visités », a souligné Paige Mullis, qui dirigeait le groupe de travail qui a créé la vision et qui a été récemment nommée responsable du développement conceptuel chez Glen Raven. « Les collaborateurs ont organisé des événements uniques pour montrer de quelles manières ils adoptent la vision ».

Les présentations des collaborateurs à l'intention de M. Gant ont porté principalement sur leurs initiatives clés, allant des programmes de sécurité et de bien-être destinés aux collaborateurs à des activités accrues en matière de recyclage et de durabilité. Des améliorations quant à la qualité et l'efficacité des produits ont été presque toujours suggérées à chaque étape de la tournée. Dans chaque site, les collaborateurs ont eu l'opportunité d'échanger des idées et de poser des questions au président-directeur général de Glen Raven, indifféremment de leur niveau hiérarchique.

« Nous continuons à apprendre combien des changements apparemment mineurs effectués dans le cadre d'une exploitation peuvent entraîner des différences énormes quant au résultat obtenu », a indiqué M. Gant. « Notre vision est destinée à ouvrir les esprits de tous les collaborateurs et à partager des idées novatrices qui proviennent de la société toute entière. »

Le volet de la Tournée de la Vision consacré à l'Amérique du Nord, qui s'est clôturé cet automne, a compris 17 sites, et la participation d'environ 1 500 collaborateurs Glen Raven. Une tournée internationale en Europe et en Asie est prévue au début de l'année 2012.

Allen E. Gant, Jr., président-directeur général de Glen Raven, visite les sites Glen Raven du monde entier pour appuyer la nouvelle vision de la société. Dans tous les sites, y compris l'usine Anderson, en Caroline du Sud, les collaborateurs ont l'opportunité de partager leurs idées novatrices avec les membres de la haute direction.



SIÈGE SOCIAL

- Glen Raven, Inc.
Glen Raven, NC
336.227.6211

GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS

- Glen Raven Custom Fabrics, LLC
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Glen Raven Custom Fabrics Anderson Plant (usine)
Anderson, SC
864.224.1671
- Glen Raven Custom Fabrics Norlina Plant (usine)
Norlina, NC
252.456.4141
- Glen Raven Custom Fabrics Link Spinning
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Glen Raven Custom Fabrics High Point Showroom (salle d'exposition)
High Point, NC
336.886.5720

GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS

- Glen Raven Technical Fabrics, LLC
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Glen Raven Technical Fabrics Park Avenue Facility
Glen Raven, NC
336.229.5576
- Glen Raven Technical Fabrics Burnsville Facility
Burnsville, NC
828.682.2142

TRI VANTAGE

- Tri Vantage, LLC
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Consolidated Distribution (distribution regroupée)
Mebane, NC 27302
877.540.6803

- Californie du Sud
City of Industry, CA
800.841.0555

- Californie du Nord
Hayward, CA 94545
800.786.7607

- Colorado
Denver, CO 80239
800.786.7609

- Floride
Miami, FL 33172
800.786.7605

- Géorgie
Lithia Springs, GA 30122
800.786.7606

- Illinois
Elmhurst, IL 60126
800.786.7608

- Missouri
Maryland Heights, MO 63043
800.786.7603

- New Jersey
Somerset, NJ 08873
800.786.7602

- Ohio
Cleveland, OH 44113
800.786.7601

- Texas
Irving, TX 75061
800.786.7610

- Canada, Trican Corporation
Mississauga, ON,
Canada L5T 2H7
800.387.2851

- Mexico, Tunali Tec Cuernavaca
Jiutepec, Morelos, Mexico
011.52.777.3620634

- Mexico, Tunali Tec Guadalajara
Guadalajara, Jalisco, Mexico
011.52.333.6573660

GLEN RAVEN LOGISTICS/ TRANSPORTATION

- Glen Raven Logistics
Altamahaw, NC
800.729.0081
- Glen Raven Logistics
Laredo, TX
956.729.8030

STRATA

- Strata Systems, Inc.
Cumming, Georgia 30040
800.680.7750

- Strata Systems Sleeve-It Plant
Pottstown, PA
610.495.7400

- Strata India
Mumbai Head Office (bureau principal)
011.91.22.4063.5100

- Strata India
Hyderabad Sales Office (bureau de vente)
011.91.40.4003.7921

- Strata India
Daman Plant (usine)
011.91.260.2220160

R.J. STERN

- R.J. Stern
Wilkinson, WV
800.292.7626

DICKSON-CONSTANT

- Dickson-Constant
Wasquehal, France
011.33.03.20.45.59.59

- Italie
Gaglianico, Italie
011.39.015.249.6303

- Espagne
Barcelone, Espagne
011.34.93.635.42.00

- Allemagne
Fulda, Allemagne
011.49.661.38082.0

- Scandinavie
Göteborg, Suède
011.46.31.50.00.95

DICKSON COATINGS

- Dickson Saint Clair
Saint-Clair-de-la-Tour, France
011.33.04.74.83.51.00

- Dickson Coatings
Dagneux, France
011.33.04.37.85.80.00

- Dickson Coatings USA
Atlanta, GA
404.495.5994

GLEN RAVEN ASIA

- Glen Raven Asia
Suzhou, JiangSu, Chine
011.86.512.6763.8100

SUNBRELLA/DICKSON GLOBAL OFFICES (BUREAUX GLOBAUX)

- Amérique latine du Nord
Fort Myers, FL États-Unis
239.466.2660

- Amérique latine du Sud
Montevideo, Uruguay
011.598.9920.9219

- Grande Chine
Suzhou, Chine
011.86.21.5403.8701

- Région du Pacifique Nord
Shanghai, Chine
011.86.21.5403.8385

- Vietnam
Ho Chi Minh City, Vietnam
011.84.98.3128022

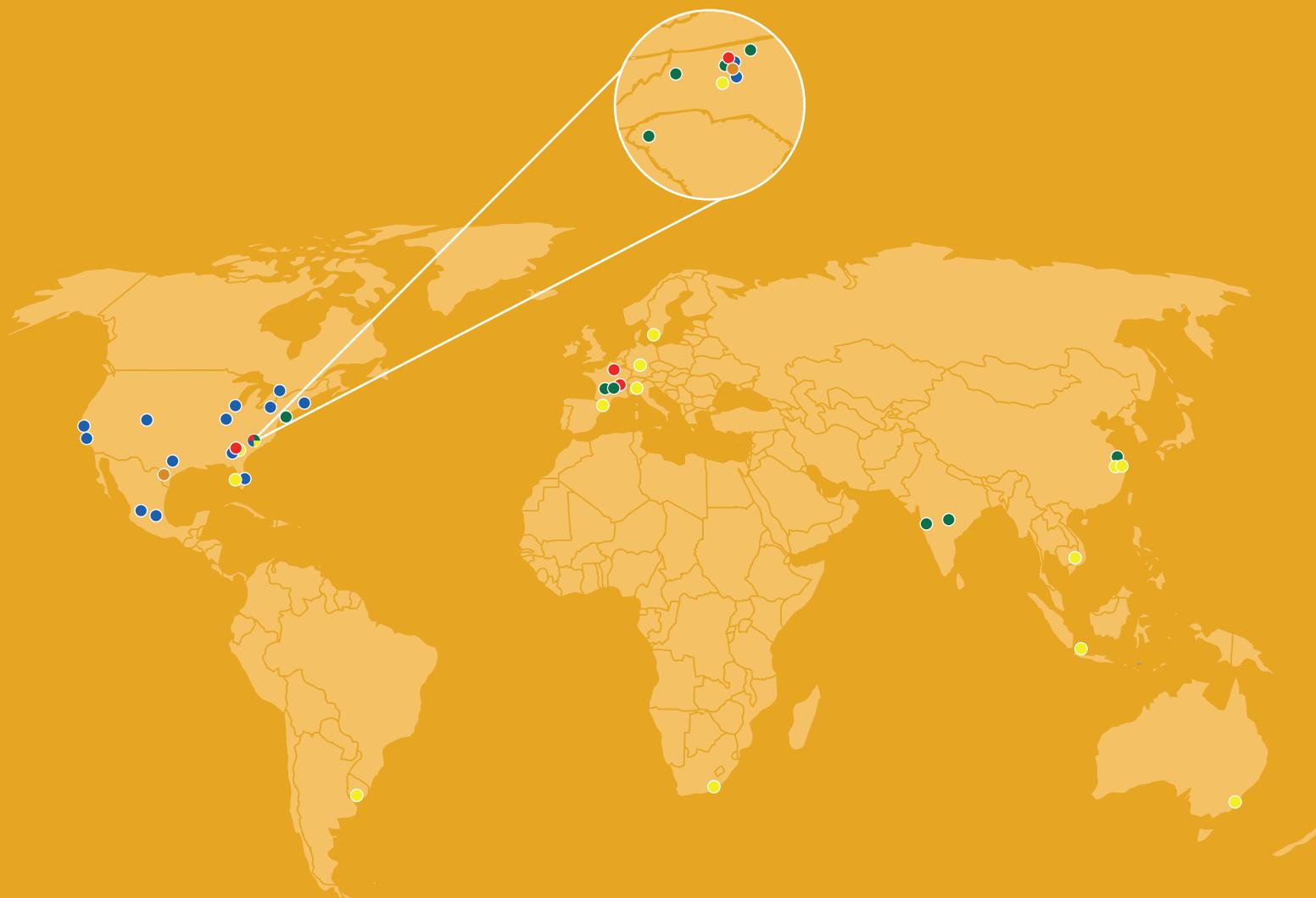
- Indonésie
Jakarta, Indonésie
011.62.21.5289.7393

- Pourtour du Pacifique Sud
Sydney, Australie
011.61.2.9974.4393

- Afrique du Sud
Port Elizabeth, Afrique du Sud
011.27.41.484.4443

RAVEN

Numéro 14 | Automne 2011



SITES MONDIAUX GLEN RAVEN

- Siège social
- Distribution
- Fabrication
- Ventes/service
- Logistique

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