

RAVEN™

| Numéro 7 |



 sunbrella™

Numéro N° 7

Automne 2008



Nouvelle marque créée pour Sunbrella® 1 2



Chers lecteurs,

Nous sommes heureux de vous présenter la septième édition de notre magazine Raven. Cette édition, plus que toute autre, illustre les qualités fondamentales de notre société.

L'article-couverture se concentre sur une nouvelle identité pour notre marque Sunbrella®. Un nouveau logo dévoilé cet automne donne une allure plus contemporaine et reflète mieux la sophistication améliorée du design et l'étendue des applications d'aujourd'hui. Notre parasol familier s'est transformé, mais il est toujours un symbole de confiance et de protection.

Par ailleurs dans cette édition, nous avons le plaisir de mettre l'accent sur Treasure Garden, le plus grand fabricant de parasols au monde et un client de longue date de Glen Raven. Plusieurs de nos collègues ont eu l'honneur d'assister aux cérémonies d'inauguration de la nouvelle usine de Treasure Garden en Chine cet automne qui ont également marqué le 25e anniversaire de la société.

Le profil de Scott Gillam, vice-président chargé des initiatives stratégiques, illustre la manière dont la société s'engage à avoir une vision élargie des marchés mondiaux. Scott gère les efforts accomplis dans des domaines aussi divers que la conservation d'énergie et la gestion des stocks. Sa collaboration avec ses collègues au sein de la société fait en sorte que Glen Raven soit plus fort et réponde plus rapidement aux besoins des clients.

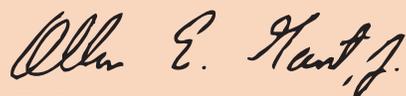
J'ai écrit et parlé maintes fois au sujet de l'importance de l'innovation, et il y a deux articles dans cette édition qui illustrent ce concept en action. Glen Raven Custom Fabrics, l'organisation derrière notre marque Sunbrella, vient de terminer un projet de recherche et développement d'une durée de trois ans qui a abouti à la création d'une toile Sunbrella « Next Generation » (nouvelle génération) qui augmente l'imperméabilité de 25 % sans perte de respirabilité. Par ailleurs, notre filiale, Technical Fabrics, atteint 20 pour cent de sa croissance annuelle grâce au développement et à la commercialisation de nouveaux produits.

Notre société a toujours été respectueuse de l'environnement et vous découvrirez en lisant ce magazine que notre usine à Anderson, S.C. (Caroline du sud) n'utilise plus désormais de décharge, ce qui lui a valu le prix d'excellence écologique de l'état de Caroline du Sud. L'expansion globale continue d'être un élan vital pour notre société et elle se reflète dans un article sur notre filiale Strata, qui soutient la construction d'un système d'autoroutes de 9 656 km en Inde.

Le dernier article de cette édition décrit nos efforts pour soutenir la santé et le bien-être des employés. Vous allez faire la connaissance de trois employés qui ont bénéficié directement de ce programme. Nous investissons dans la santé de nos employés par le biais d'un programme proactif parce que nous savons que le personnel en bonne santé est plus productif et plus axé sur la qualité et en fin de compte, cela rend service à tous nos clients.

L'époque que nous vivons est très excitante et pleine de défis, pour nous et pour tous nos clients. J'espère que la lecture de cette édition vous fera percevoir notre confiance en l'avenir et notre engagement pour votre réussite.

Grâce à une innovation continue, à nos efforts concentrés sur les relations clients, à l'expansion de l'entreprise à l'échelle mondiale, à la création des marques et au soutien de nos associés, Glen Raven parvient à consolider sans cesse notre organisation. Nous serons à l'écoute pour nos clients quand tout va bien et quand les temps seront difficiles.



Allen E. Gant, Jr.
P.D.G.
Glen Raven, Inc.



2-3



4-5



6-7



8-9



10-11



12-13



14-15



16-17

NOUVELLE IDENTITÉ DE MARQUE CRÉÉE POUR SUNBRELLA®



Les spécialistes en marketing aiment désigner les marques comme des « entités vivantes, » faisant valoir que les marques couronnées de succès ont besoin de s'adapter au fil du temps afin de relever les nouveaux défis et capitaliser sur de nouvelles possibilités. Cette réalité du marketing entraîne le repositionnement et la relance périodique des marques.

Le tissu à haute performance le mieux connu en Amérique – la marque Sunbrella® de Glen Raven – subit une mise à jour d'identité de ce type avec l'introduction d'un nouveau logo et d'un nouveau système visuel. Le but est de faire valoir les 50 ans du riche héritage de Sunbrella et, en même temps, d'attirer en permanence l'attention sur la façon dont Sunbrella améliore la vie du consommateur par sa performance, son innovation et son style sophistiqué.

Depuis son lancement en 1961 et jusqu'au milieu des années 80, le tissu Sunbrella était utilisé principalement pour les applications de stores et pour les applications nautiques : c'est de là qu'est né le parasol multicolore caractéristique. Ce logo a continué à bien servir la marque au cours de son développement dans le domaine de l'ameublement depuis le milieu jusqu'à la fin des années 80.

« C'est parce que Sunbrella est une marque très connue que nous avons voulu retenir les éléments de la marque qui sont si familiers aux gens et qui leur inspirent confiance, tout en rafraîchissant l'identité pour mieux refléter ce que Sunbrella est aujourd'hui et ce vers quoi elle tend pour l'avenir. »

Hal Hunnicutt

Cependant, au cours des dernières années, la sophistication du style de Sunbrella a fait un grand bond en avant grâce à la technique de tissage jacquard, aux combinaisons uniques de fil et à la finition de tissu supérieure. Sunbrella a contribué à la métamorphose du patio en « salle de plein air » et il a gagné en popularité avec un tissu d'intérieur présentant un entretien facile, résistant à la décoloration et offrant au style élégant, comme dans le cas des velours et des cloisons japonaises.

La nouvelle identité de Sunbrella est conçue pour mieux refléter les offres complètes de produits d'aujourd'hui. Le nouveau logo a une allure plus contemporaine, qui reflète l'évolution de la marque en tant que tissu à haute performance avec un sens du style pour l'intérieur et l'extérieur de la maison ainsi que pour les applications nautiques et pour bien d'autres choses encore. L'icône parasol jaune, rouge et bleu de Sunbrella s'est transformé en un parasol stylisé symbolisant la confiance et les qualités de protection associées depuis longtemps à la marque Sunbrella. La police de caractères du nouveau logo de Sunbrella a été mise à jour afin de donner une allure plus nette et plus contemporaine. Le logo utilise une nouvelle couleur exclusive : un orange profond contemporain qui met en avant la croissance de la

marque dans un style avant-gardiste. Plus important encore, le logo accompagne un système visuel qui rassemble toutes les applications et tous les marchés. Un album d'échantillons de stores, les étiquettes volantes pour l'ameublement intérieur, la brochure de produits nautiques et la publicité de l'ameublement d'extérieur comporteront tous des repères visuels qui les identifieront en tant que produits de la famille de produits Sunbrella.

« Lorsque le précédent logo a été introduit, les tissus Sunbrella étaient principalement des couleurs unies, avec des rayures larges pour les applications de stores d'extérieur et des meubles de terrasse », a déclaré Hal Hunnicutt, vice-président du marketing pour Glen Raven Custom Fabrics, le fabricant des tissus Sunbrella.

« Sunbrella a progressé de façon spectaculaire au cours de la dernière décennie, non seulement en matière d'amélioration de la performance, mais aussi dans la sophistication d'un style qui comprend des jacquards, des chenilles, des velours et des cloisons japonaises, ainsi que de nouvelles tendances innovantes pour les tissus de stores », a-t-il déclaré. « C'est parce que Sunbrella est une marque très connue que nous avons voulu retenir les éléments de la marque qui sont si familiers aux gens et qui leur inspirent confiance, tout en rafraîchissant l'identité pour mieux refléter ce que Sunbrella est aujourd'hui et ce vers quoi elle tend pour l'avenir. »

La nouvelle identité a fait ses débuts à deux endroits en même temps : à l'occasion de la foire d'IFAI, une foire commerciale importante qui a eu lieu cet automne à Charlotte, N.C. (Caroline du Nord), et au High Point Furniture Market. Glen Raven a dévoilé également 28 nouveaux styles de tissus de stores (le plus grand lancement de tissus de stores jamais accompli à ce jour), des détails concernant des améliorations importantes dans la performance et une garantie prolongée.

« Le moment n'aurait pas pu être mieux choisi pour dévoiler un nouveau look pour Sunbrella que la foire de cette année », a déclaré Hunnicutt. « Glen Raven a déposé sa première toile de store il y a 100 ans. Les nouveaux tissus de store, les améliorations importantes de performance, la prolongation de la garantie, et les nouveaux clients qui ont présenté les programmes de Sunbrella à High Point : tout cela indique que la marque est plus forte que jamais. »

La nouvelle identité de la marque sera déployée par étapes au cours des prochains mois par le biais de divers éléments de marketing, dont la publicité, le site Web, les emballages et les services annexes.

Le nouveau logo de Sunbrella®, en haut à droite, constitue une mise à jour contemporaine de la marque de tissu la plus connue aux États-Unis. Depuis ses origines en tant que nouveau type de tissu de store, Sunbrella a fait des progrès spectaculaires, surtout au cours des dernières années, en termes de performance améliorée et de sophistication de style. Des espaces en plein air et des yachts jusqu'aux intérieurs des maisons les plus élégantes d'Amérique, la marque Sunbrella continue à progresser dans la performance, la couleur et le style.



PROLONGEMENT DE LA GARANTIE DE SUNBRELLA

Dans le but d'afficher sa confiance en la durabilité des stores et des toiles marines Sunbrella®, Glen Raven Custom Fabrics double, pour atteindre dix ans, la période de garantie limitée sur la solidité des couleurs et la durabilité. La garantie limitée pour les tissus d'ameublement passe de trois à cinq ans.

« Les tissus Sunbrella ont eu une bonne performance dans le passé, bien au-delà de nos périodes de garantie », a déclaré Hal Hunnicutt, vice-président du marketing pour Glen Raven Custom Fabrics.

« Notre développement et les tests constants des tissus Sunbrella font que nous pouvons offrir en toute confiance des prolongations significatives à la garantie la mieux soutenue de l'industrie », a-t-il ajouté. « Notre objectif est d'ajouter encore plus de valeur à notre marque au bénéfice de nos clients et finalement pour les consommateurs. »

Le nouveau programme de garantie limitée pour les stores et les toiles marines prend en compte la valeur du coût de remplacement des tissus pendant huit ans. Au cours de la neuvième année, Glen Raven étendra la garantie à un rabais de 30 % sur le remplacement des tissus et un rabais de 15 % pour la dixième année. La nouvelle garantie limitée pour les tissus d'ameublement prévoit 100 % de la valeur de remplacement jusqu'à la cinquième année de service.

Le nouveau programme de garantie limitée a été mis en vigueur le 1er novembre et s'applique à la solidité de la couleur et à la durabilité, généralement connue sous le nom de « bon fonctionnement » (serviceability). Habituellement, les représentants de Glen Raven examinent chaque réclamation au titre de la garantie sur place.

« Nos clients savent que nous analysons les demandes concernant la garantie au moment opportun et que nous faisons tout notre possible pour satisfaire chacun », a dit M. Hunnicutt. « La prolongation des périodes de garantie limitée reflète les améliorations significatives de performance dans nos tissus et la confiance encore plus grande dans la durabilité de Sunbrella. »

TREASURE GARDEN CÉLÈBRE SON 25^e ANNIVERSAIRE PAR L'OUVERTURE D'UNE NOUVELLE USINE



4

Après avoir maîtrisé l'art de la fabrication des parasols entravissant dans l'entreprise familiale en Chine, alors qu'il était enfant, Oliver Ma décida de chercher fortune en Amérique. Arrivé aux États-Unis en 1980 avec deux valises et un vocabulaire anglais limité, il était prêt à compenser son absence de biens matériels par son enthousiasme, sa détermination et sa vision. Ayant déménagé de New York à Los Angeles en 1984, Ma fonda sa propre société, Treasure Garden.

« Depuis mon enfance, j'ai une passion pour les stores », dit-il. « J'ai appris très tôt l'importance qu'on doit accorder aux détails, à l'aspect éthique du travail et à la fabrication de produits d'excellente qualité. »

Ces valeurs fondamentales ont toujours été présentes dans les fondements de la société de Ma, qui est devenu le plus grand fabricant de produits de stores au monde. À l'occasion de son 25^e anniversaire, Treasure Garden vient d'ouvrir son second centre de fabrication à Qingdao en Chine.

Domiciliée près de Los Angeles, la société Treasure Garden a prospéré au cours de son quart de siècle d'existence du fait de sa concentration sur l'innovation, sur le service à la clientèle et sur la satisfaction aux besoins des clients, qui ne cessent d'évoluer, en

sortant les bons produits au bon moment. La société dispose de douzaines de brevets mondiaux, dominant le marché grâce à des innovations qui ont rendu les structures de stores plus faciles à utiliser, plus attrayantes et plus durables.

« Au fur et à mesure que notre secteur continue à changer et à évoluer, nous devons évoluer avec lui », a déclaré Ma. « Les consommateurs d'aujourd'hui sont différents de ceux d'hier. Les deux facteurs qui sont peut-être les plus importants pour une entreprise réussie sont d'abord un produit de qualité livré rapidement, ainsi qu'un flux ininterrompu de nouveaux produits ».

Treasure Garden maintient aussi des relations de longue date avec ses clients et ses fournisseurs, fondées sur des valeurs partagées d'innovation, de qualité et d'un service client réactif. L'une de ses relations les plus importantes est celle qu'elle entretient avec Glen Raven Custom Fabrics. Depuis sa fondation en 1984, Treasure Garden présente les tissus Sunbrella® fabrics de Glen Raven.

« Sunbrella est l'un des noms les plus reconnus du secteur, et les consommateurs le demandent souvent en mentionnant son nom », dit Ma. « C'est la norme à laquelle tous les autres tissus sont comparés. Pouvoir proposer une sélection de tissus de qualité à nos distributeurs est peut-être l'un des éléments les plus importants de

青岛万汇遮阳用品有限公司开业庆典

Qingdao Activa Shade Ltd. Grand Opening Ceremony



notre activité, et tout en haut de la liste se trouve Sunbrella ». Glen Raven et Treasure Garden sont partenaires depuis des années et ont travaillé ensemble sur des programmes de marketing conçus pour faire fructifier le marché des stores. Les efforts les plus récents des deux sociétés résident dans une campagne pour aider les détaillants à améliorer leurs techniques de vente.

« Treasure Garden et Glen Raven ont grandi ensemble et atteint des positions de leaders du secteur au cours des 25 dernières années », a déclaré Dave Swers, vice-président et directeur commercial chez Glen Raven. « Au moment où Oliver a fondé sa société au début des années 80, Glen Raven était elle aussi nouvelle dans le secteur du mobilier d'appoint. Oliver a bâti une société extrêmement prospère parce que c'est un expert en commerce international. »

« Pouvoir proposer une sélection de tissus de qualité à nos distributeurs est peut-être l'un des facteurs les plus importants dans notre filière, et tout en haut de la liste se trouve Sunbrella. »

Oliver Ma

Le nouveau site de fabrication de Treasure Garden à Qingdao, en Chine, situé à environ 800 km au nord de Shanghai, est encore plus moderne et accroît l'efficacité de la société. Bien que les deux usines de Treasure Garden en Chine (l'autre est à Ningbo) soient des opérations verticales et indépendantes, elles partagent des processus et des capacités similaires qui créent des synergies. Les deux usines sont situées sur des emplacements stratégiques, très proches des ports les plus profonds de Chine.

Glen Raven a poursuivi une stratégie de fabrication parallèle en Chine, et ouvert un centre commercial à volets multiples à Suzhou, situé à une heure de Shanghai environ, en 2006. Glen Raven a créé son centre de marketing, de développement du produit et de fabrication en Chine afin de se rapprocher des fabricants du secteur des loisirs en Chine, tels que Treasure Garden.

« L'activité de Glen Raven en Chine représente sans aucun doute une aide énorme pour Treasure Garden » a affirmé Margaret Chang, directrice générale de Treasure Garden. « Autrefois nous devions faire venir du tissu des États-Unis en Chine par conteneurs et cela prenait quatre semaines. Grâce à l'activité de Glen Raven en Chine, nous faisons venir uniquement ce dont nous avons besoin quand nous en avons besoin, et non seulement nous économisons les frais de transport maritime, mais nous réduisons aussi le délai d'approvisionnement au minimum. »

La concentration de Ma sur la réactivité se reflète dans toutes les activités de Treasure Garden. Des activités constantes de recherche et développement jusqu'à la couture sophistiquée sur mesure, Treasure Garden satisfait aux besoins dynamiques des distributeurs et des consommateurs à travers le monde. Avec tout cela, la valeur des partenariats commerciaux demeure de la plus haute importance.

« Plus que jamais dans ces périodes économiques difficiles, le succès dans toute activité commerciale dépend en grande partie de la qualité des partenariats », déclare Ma. « Comme dans toute relation (qu'elle soit d'affaires ou personnelle), la clé de la longévité réside dans le partage de la vision de l'objectif que l'on désire atteindre et dans la passion partagée d'atteindre cet objectif. Pour nous, cette relation est idéale et nous sommes honorés de poursuivre notre partenariat avec Glen Raven. »

PAGE OPPOSÉE Oliver Ma, président de Treasure Garden, au centre, avec Dave Swers, vice-président et directeur des affaires commerciales de Glen Raven (gauche) et Hua Li (Wally), directeur général, Glen Raven Asia, pendant les cérémonies d'inauguration de la nouvelle usine de Treasure Garden, représentée dans un rendu d'architecture. **CI-DESSUS** La cérémonie de coupure du ruban pour la nouvelle usine.

SCOTT GILLAM
DU POINT DE VUE
DE L'EXPÉRIENCE





Le matin, il y aura peut-être une réunion pour examiner des nouvelles technologies de conservation d'énergie. Au déjeuner, la conversation aura probablement comme sujet l'optimisation des stocks mondiaux. En fin d'après-midi, on le trouvera peut-être dans un couloir en conversation avec un collègue et il sera question de problèmes mondiaux concernant la sélection des fournisseurs et l'approvisionnement.

C'est donc une journée habituelle pour Scott Gillam, vice-président des initiatives stratégiques pour Glen Raven. C'est un poste relativement nouveau pour Gillam, couronnant une carrière de plus de 30 ans pendant laquelle il s'est occupé de pratiquement tous les aspects des fibres et des tissus. Son nouveau poste fait appel à sa solide expérience afin de résoudre les problèmes essentiels à la croissance et à l'innovation continue de Glen Raven.

Après avoir obtenu un diplôme en textiles de l'université d'état de Caroline du Nord, Gillam commença sa carrière dans une société d'ourdissage et de tissage où il travailla pendant huit ans. Ensuite, en 1977, il accepta un poste chez Glen Raven en qualité de directeur technique de l'usine de Burnsville, située dans les montagnes de Caroline du Nord près de Asheville.

Au cours des 26 années qui ont suivi, Gillam a tenu un certain nombre de postes à Burnsville – chef de service, directeur de l'usine, et finalement directeur général. Gillam a vécu l'évolution de l'industrie du textile au sein du site de Burnsville.

« Quand je suis arrivé à Burnsville, nous en étions encore au tissage sur des métiers à tisser à navette » se souvient-il. « Puis, il y a eu les machines à tisser à lances et ensuite les jets d'air, de première, seconde et troisième génération. Notre activité s'est accrue par 10 ou par 12. »

La nature de l'exploitation à Burnside a changé avec la technologie. De l'exploitation de fabrication de tissus de commodité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, Burnsville transformée en un tissage de tissus très techniques, avec des lancements relativement courts. Parmi les utilisations finales, on comptait du matériel militaire, des produits de plein air, du tissu drapeau, de la toile à voile, des vêtements de protection et des tissus de vêtements et de voyage. Le changement est devenu le mantra pour un personnel hautement qualifié, à l'éthique légendaire en matière de travail, originaire de cette petite communauté des montagnes de Caroline du Nord.

« L'usine de Burnsville a sa propre culture », dit-il. « Les gens s'intéressent à leur travail, à la société et à leurs collègues. Nous avons eu beaucoup de bonnes personnes à Burnsville qui ont adopté les changements provenant de la nouvelle technologie. J'ai beaucoup aimé me trouver sur les premières lignes à Burnsville. Il y avait quelque chose à résoudre presque tous les jours et je me passionne pour les défis causés par le changement ».

Le changement est un élément essentiel du poste actuel de Gillam au siège de la société. Il représente une ressource pour toute la société, faisant fi des divisions et encourageant ses collègues à sortir de leur cloisonnement administratif. Le poste est celui d'un consultant, mentor et chef d'équipe à parts égales.

« Ce que j'aime le plus est de pouvoir interagir avec toutes les divisions et tous les emplacements », commente encore Gillam. « Ce poste offre la possibilité d'influencer l'entreprise dans son ensemble », a-t-il ajouté. Gillam, qui est aussi membre du conseil d'administration, se concentre

sur plusieurs domaines stratégiques, dont la conservation d'énergie, la réduction des déchets, l'optimisation des stocks et l'amélioration de la chaîne d'approvisionnement.

En ce qui concerne la conservation d'énergie, Gillam s'est engagé dans une équipe qui a travaillé dans le but de faire faire des économies importantes d'énergie à l'usine de finition de l'entreprise à Park Avenue. Étant donné l'augmentation constante du coût de l'énergie chaque année, la difficulté réside dans la réduction de l'énergie utilisée pour chaque mètre de tissu fabriqué par Glen Raven dans toutes ses installations.

La réduction de déchets est aussi une initiative stratégique de Glen Raven. Grâce au recyclage et à la réorientation de fibres et des tissus, la société est en train de réduire les sites de décharge et de contenir les coûts. Gillam se concentre sur l'adoption des meilleures pratiques par rapport à la conservation d'énergie et à la réduction des déchets dans toute la société.

« Ce que j'aime le plus c'est d'avoir la possibilité d'interagir avec toutes nos divisions et tous nos emplacements.

Scott Gillam

Les possibilités de l'optimisation des stocks de Glen Raven ont beaucoup augmenté grâce à la création de l'unité de distribution de Tri Vantage, issue de l'acquisition et de la fusion de deux organisations nationales de distribution : The Astrup Company et John Boyle & Company.

« Nous travaillons avec le groupe de planification de production en vue de développer des systèmes qui nous aideront à dégager des fonds de roulement tout en garantissant un taux de prestation de la commande de 90 à 95 pour cent », dit-il. « Tri Vantage nous a présenté des occasions uniques dans ce domaine dont tous nos clients vont finalement tirer profit. »

Les problèmes de la chaîne d'approvisionnement sont devenus de plus en plus importants chez Glen Raven au fur et à mesure qu'elle est devenue une entreprise internationale. En raison de l'escalade des coûts énergétiques qui rendent le transport des matières premières et des produits finis excessivement onéreux, il est devenu encore plus important de développer une approche stratégique correcte des marchés internationaux.

« Un des premiers problèmes stratégiques que l'on m'a confié a été d'examiner les frais de déplacement des marchandises à travers le monde et de déterminer la démarche la plus compétitive pour chaque marché », commente Gillam. Nous avons des usines aux États-Unis, en France et en Chine et notre but est de servir le monde de la manière la plus compétitive possible. En termes de coût et de délais de livraison, nous avons la chance de disposer de centres d'affaires répartis. »

PAGE OPPOSÉE Scott Gillam, vice-président des initiatives stratégiques chez Glen Raven, se concertant avec Fred Rogers, directeur de la planification et de la logistique. CI-DESSUS Gillam avec Donald Winbrow, directeur des initiatives stratégiques, et Patti Bates, vice-présidente de l'exploitation pour Technical Fabrics.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT VIVRE DANS UN MONDE DE « ET SI »



8

John Coates et l'équipe de recherche et de développement de Glen Raven qu'il dirige vivent dans un monde de « Et si... ». Et si nous pouvions créer un tissu qui soit plus résistant à la décoloration ? Et si nous pouvions développer une technologie afin de rendre les tissus plus durables et plus faciles à nettoyer ? Et si nous pouvions augmenter la qualité et l'efficacité de la production ?

Voici plus de trois ans, Coates, vice-président de la recherche et du développement, posa l'une des ultimes questions au sujet des tissus à haute performance. « Et si nous pouvions rendre les tissus Sunbrella® plus imperméables sans sacrifier la respirabilité ? »

Pour les experts en développement des tissus à haute performance, cette question revient à demander « Et si nous concevions un moyen d'obtenir une bonne condition physique sans devoir faire du sport ? Fondamentalement, ce sujet défie la sagesse établie et la logique. Les tissus qui sont très imperméables, comme le vinyle, ne respirent pas. Les tissus qui respirent, comme le coton, ne sont pas imperméables. Glen Raven, cependant, s'oppose depuis longtemps à la sagesse conventionnelle grâce à l'innovation et par

son travail. L'équipe R&D établie à l'usine de Glen Raven à Anderson, en Caroline du Sud, s'est chargée du problème, non sans inquiétude, mais en ayant aussi la certitude que si quelqu'un pouvait le faire ce serait cette équipe.

« L'un des grands avantages dont nous avons bénéficié dans ce projet est le fait que nous sommes un fabricant intégré verticalement, » dit Coates. « Nous contrôlons chaque aspect de la fabrication de tissus Sunbrella, à commencer par les spécifications de la chimie des polymères utilisés pour la formation des fibres. Nous étions sûrs que la solution pour obtenir plus d'imperméabilité sans perte de respirabilité se trouverait quelque part dans le processus de production. »

En tant que produit tissé, les tissus Sunbrella sont connus depuis longtemps pour leur respirabilité. L'air peut passer à travers les tissus, ce qui permet un séchage rapide et décourage la formation de moisissure. Toutefois, en ce qui concerne l'imperméabilité, les tissus des stores et les tissus marins de Sunbrella avaient de bonnes performances, mais il restait de la marge pour une amélioration.

L'équipe de Coates a commencé alors un examen approfondi de chaque aspect du processus de production et elle a conclu que la solution résidait dans des améliorations à chaque étape du processus. La composition chimique des fibres a été modifiée, la préparation des fils ajustée et des améliorations ont été effectuées pour le tissage et les finitions.

« Les résultats de nos essais montrent qu'aucun tissu acrylique sur le marché n'offre aujourd'hui la combinaison d'imperméabilité à l'eau et de respirabilité des tissus Sunbrella de la *nouvelle génération*. »

John Coates

« Il ne s'agit d'une seule chose ou d'un seul moment, » dit Coates. « Grâce à des modifications techniques à chaque étape du processus de production, à savoir la formation de fibres, la fabrication des fils, le tissage et la finition, nous avons créé un produit que personne ne croyait possible il y a quelques années encore. »

Le résultat des efforts de l'équipe R&D s'appelle la nouvelle génération [« Next Generation »] de tissus Sunbrella. Le résultat essentiel est une augmentation de 25 pour cent d'imperméabilité sans perte de respirabilité.

« La nouvelle génération de toiles marines et de tissus de store Sunbrella représente une innovation importante, » dit Coates. « Historiquement, il a été extrêmement difficile, sinon impossible, d'améliorer l'imperméabilité à l'eau dans un tissu à haute performance sans en réduire la respirabilité. Après plusieurs années d'un travail de développement intense, nous avons créé un nouveau tissu qui a bouleversé ce paradigme. »

En plus de leur meilleure imperméabilité à l'eau sans perte de respirabilité, les tissus pour stores et les toiles marines Sunbrella de nouvelle génération offrent également une meilleure qualité, une plus grande solidité et une efficacité de protection accrue. La résistance à la décoloration et la facilité de nettoyage légendaires de Sunbrella demeurent les mêmes dans le produit de nouvelle génération.

« L'efficacité de production accrue et l'amélioration de la qualité augmentent notre capacité à répondre aux besoins du client, » dit Sam Lynn, chef de l'équipe de la nouvelle génération. « Les fabricants de stores et de toiles marines et leurs clients apprécieront la gamme complète d'améliorations dans un produit déjà considéré comme la norme dans le secteur en matière de qualité. »

Glen Raven a commencé à produire la nouvelle génération de tissus Sunbrella plus tôt cette année, et tous les tissus actuellement en stock et en distribution sont constitués du tissu amélioré. Glen Raven a choisi cette approche pour éviter de rendre obsolètes les inventaires actuels des revendeurs.

« Nous avons noté, au cours des derniers mois, une réduction du nombre de questions de la part des clients concernant l'imperméabilité à l'eau », a affirmé Alan Rampey, le directeur des services techniques de Glen Raven. « Bien que nous ayons soumis les tissus Sunbrella de la nouvelle génération à des tests considérables en laboratoire, c'est l'expérience sur le terrain qui compte vraiment. Partant de cette réponse positive initiale, nous sommes convaincus que les nouveaux tissus Sunbrella résulteront en une plus grande satisfaction de la clientèle. »

Selon M. Coates, les nouveaux tissus de stores et toiles marines de Sunbrella offrent la meilleure performance du secteur.

« Nous avons effectué des essais considérables sur le tissu Sunbrella de la nouvelle génération par rapport à nos précédents produits et aux produits de la concurrence », a affirmé M. Coates. « Les résultats de nos essais montrent qu'aucun autre tissu acrylique sur le marché n'offre aujourd'hui la combinaison d'imperméabilité à l'eau et de respirabilité des tissus Sunbrella de la *nouvelle génération*. »

PAGE OPPOSÉE John Coates, vice-président de la recherche et développement de Glen Raven et Kathy Gentry, technicienne de laboratoire, occupés à tester la résistance à l'eau de la nouvelle génération de tissus Sunbrella®. **CI-DESSOUS À GAUCHE** Alex Crawford, ingénieur en développement, examine la construction améliorée de la nouvelle génération de Sunbrella. **CI-DESSOUS À DROITE** Sam Lynn, un des chefs de l'équipe de recherche de la nouvelle génération, soumet le tissu à un test de pulvérisation d'eau.



GLEN RAVEN USINE « VERTE » D'ANDERSON EN CAROLINE DU SUD

« En faisant progresser, chaque année, les meilleures pratiques dans tous les secteurs de nos opérations, nous faisons également appel à des approches de pointe pour tenter d'améliorer nos performances dans le domaine de l'environnement. »

Jack Woodson



Le site d'Anderson de Glen Raven en Caroline du Sud a adopté un point de vue « vert » bien avant que ce terme ne devienne un mot clé du vocabulaire écologique. Cela a commencé au début des années 90 au cours de la préparation d'une installation ultramoderne, d'un million de pieds carrés et intégrée verticalement pour les tissus Sunbrella®.

Les fabricants de machines et d'équipement du monde entier ont été invités à présenter des options pour la nouvelle usine. L'économie d'énergie a figuré parmi les meilleurs critères utilisés par les ingénieurs de Glen Raven pour toutes les décisions concernant l'usine Anderson. L'objectif fut de créer le centre le plus efficace possible dans un environnement encourageant la qualité du produit et la santé des employés.

Dès les premiers jours de fonctionnement en 1995, l'installation d'Anderson a capturé tous les déchets de son tissu acrylique et des fibres, qui sont précieux pour d'autres applications. Les plus grands éléments ont également fait l'objet de recyclage, par exemple les palettes en bois, mais les décharges continuaient à accumuler des tonnes de déchets de l'usine chaque année.

Au début de cette année, l'usine Anderson s'est mise à travailler en étroite collaboration avec un spécialiste de recyclage à proximité. Les deux organisations ont achevé un examen complet de l'exploitation d'Anderson, cataloguant certains types de déchets, établissant des systèmes pour la collecte, l'examen des instructions de sécurité et l'analyse détaillée des coûts. Un programme complet de recyclage a été établi, si bien que les déchets envoyés à la décharge ont été réduits à zéro.

« Tout au long de son histoire, Glen Raven a été animée par une volonté d'excellence environnementale », a déclaré Jack Woodson, directeur de l'exploitation du site d'Anderson. « En faisant progresser, chaque année, les meilleures pratiques dans tous les secteurs de nos opérations, nous faisons également appel à des approches de pointe pour tenter d'améliorer nos performances dans le domaine de l'environnement. »

Les statistiques de recyclage de l'usine d'Anderson sont impressionnantes. Plus de 400 tonnes de déchets - de l'emballage et du papier aux ampoules - qui se retrouvaient à la décharge est recyclé aujourd'hui. L'usine récupère 500 tonnes de déchets de matières premières (fibres et tissus) pour des applications d'autres produits. En réduisant à zéro l'activité de la décharge, l'usine Anderson a converti les déchets précédemment destinés à la décharge d'un élément coûteux en un générateur de revenus.

Les succès de Glen Raven à l'usine Anderson ont été récemment reconnus par le « Department of Health and Environmental Control (DHEC) » (Service de la santé et du contrôle de l'environnement) qui a accepté Glen Raven en qualité de membre du « South Carolina Environmental Excellence Program » (SCEEP), (programme pour l'excellence environnementale de Caroline du Sud), initiative bénévole reconnaissant les installations en tête des efforts écologiques dans l'état.

« Le site Glen Raven d'Anderson a démontré son souci de l'excellence environnementale en encourageant l'amélioration continue », a déclaré Bob King, commissaire adjoint du Département de la santé et de la protection de l'environnement (Department of Health and Environment Control, DHEC). Autre témoignage du soutien apporté par le site à notre objectif d'amélioration de l'environnement en Caroline du Sud, sa participation à l'élaboration du Plan d'action pour la qualité de l'air dans l'arrière-pays de Caroline du Sud (Upstate Air Quality Action Plan). »

Le Programme pour l'excellence environnementale de l'État de Caroline du Sud (South Carolina Environmental Excellence Program, SCEEP) est une initiative bénévole conçue pour distinguer et récompenser les installations de Caroline du Sud qui agissent pour protéger l'environnement par la prévention de la pollution, la conservation de l'énergie et des ressources, et l'utilisation de systèmes de gestion de l'environnement. Le Département de la santé et de la protection de l'environnement (Department of Health and Environment Control, DHEC) de l'État de Caroline du Sud a apporté son soutien à ce programme depuis sa création en 1997. Glen Raven est l'un des 31 sites (seulement) de l'État à avoir eu l'honneur d'être ainsi récompensé.

Le succès du recyclage à l'usine d'Anderson a demandé des efforts de la part de chaque employé. Les classes de formation fournissent une orientation aux efforts complets de recyclage qui comprennent la mise en place de barils et de conteneurs dans toute l'usine. Il est essentiel d'effectuer les tris chaque jour.

Bien que l'élimination des déchets soit un jalon important pour l'usine d'Anderson, cela ne représente qu'un aspect de son engagement global en matière d'efficacité et de réduction de l'empreinte carbonée. Il reste encore des économies étonnantes à faire dans les petits détails.

« L'une des choses que nous avons faites a été de débarrasser l'usine de son fouillis », a dit Craig Yokely, directeur de la fabrication. « Nous sommes entrés dans chaque entrepôt et atelier et nous avons tout examiné. Si quelque chose n'était plus nécessaire, nous l'avons recyclé. Tout le reste a été mis au bon endroit. Résultat : nous avons réalisé des économies et l'exploitation fonctionne de façon plus efficace. »

L'une des approches les plus innovantes au recyclage à l'usine d'Anderson a été nommée le « programme Renaissance » qui a été animé par Vince Hankins, directeur du développement commercial pour Glen Raven. Bien que les déchets aient toujours été recyclés en vue d'applications telles que l'isolation pour les automobiles, le nouveau programme a permis à Glen Raven d'utiliser les déchets pour des applications de gamme supérieure.

« Grâce au programme Renaissance, nous nous saisissons des déchets de fibres et de tissus et nous en faisons du fil », dit Randy Blackston, vice-président de l'exploitation à l'usine d'Anderson. « C'est la première fois que nous avons pris des déchets pour les réintroduire dans le processus de fabrication. Colonial Mills a introduit une nouvelle gamme de tapis qui sont tissés en se servant de ces fils et qui ressemblent à de la laine peignée. »

Il y a de nombreux autres projets écologiques à l'étude à l'usine d'Anderson de Glen Raven - économie d'eau, dispositifs échangeurs de température pour réduire la consommation des chaudières, des luminaires à haute énergie, du chauffage numérique avancé et des contrôles de climatisation ainsi que du matériel de fabrication plus efficace. L'usine a même adopté une portion d'autoroute devant l'usine et s'occupe d'y ramasser les déchets quatre fois par an.

« Nous avons la réputation dans l'industrie d'être toujours prêts à tester les nouvelles technologies, si bien que les fournisseurs nous contactent lorsqu'ils désirent tester les innovations dans un centre de fabrication », dit Woodson. « Les fabricants de machines et d'équipement savent que nous emploierons le temps et l'énergie qu'il faudra pour les tests et les expériences. De plus, nous disposons de personnel spécialisé en chimie, mécanique, électricité et ingénierie industrielle afin de soutenir l'innovation. »

LA CONNEXION GOOGLE MÈNE À L'EXPANSION MONDIALE DE STRATA

« La distance n'est pas du tout un problème ou un défi. La langue n'est pas un problème et les 24 heures qu'il faut pour aller en Géorgie ne constituent pas un handicap. Il faut 24 heures ou plus pour gagner certaines parties de l'Inde. Le monde est devenu une surface plane. »

Ashok Bhawnani

STRATA
SYSTEMS, INC.

GEOSYSTEMS (India) PVT. LTD.
14, Jeev, Nandura, Wadi, Satara, Maharashtra, India - 415001

Mahesh Kumar A. Ranjani Pagar Mary Jagan Prasad, Mumbai - 400 002
Tel: 2020008 | Fax: 24900005 | Website: www.geosys.com

STRATA
GEOSYSTEMS (P) PVT. LTD.

Applications



En voyant que le gouvernement indien était engagé à construire un système d'autoroutes inter-états de 6 000 miles (soit 9600 km), l'entrepreneur Ashok Bhawnani a perçu une opportunité de croissance dans son pays. Ce programme de construction massive exige sûrement des produits géotextiles sophistiqués pour stabiliser les sols de l'Inde dans le cadre d'un grand nombre d'applications variées.

En conséquence, comme le ferait tout bon entrepreneur du 21^e siècle, il s'est tourné vers Google pour rechercher un partenaire commercial. Grâce à sa recherche il a découvert Strata Systems, filiale de Glen Raven et leader international en technologie de géotextiles, ayant des antécédents en opérations internationales. Bhawnani envoya un e-mail pour se présenter à Chip Fuller, président de Strata.

« Ashok avait travaillé dans le secteur des fibres et des textiles en Inde, cette opportunité m'intriguait, » dit Fuller. « Au cours des années, j'avais travaillé de temps en temps avec les produits géotextiles en Inde, je connaissais donc le marché. »

D'autres e-mails furent échangés, suivis par des appels téléphoniques, suivis par une visite aux États-Unis. Après que chaque partenaire eut étudié l'autre à fond, un partenariat fut formé : le Strata Geosystems (India) Pvt. Ltd., ayant pour but de soutenir le programme indien à long terme de construction des routes.

« Chip et moi nous sommes entendus tout de suite, » dit Bhawnani. « Je voulais me lancer dans les tissus techniques et Strata était intéressé par une implantation à long-terme en Inde. Voilà comment nos intérêts ont convergé, et depuis tout s'est bien passé. »

L'activité de Strata en Inde s'est déroulée en deux phases. Pendant la première phase, Strata a recruté une équipe de ventes, de marketing et d'ingénierie, et les produits géotextiles de Strata ont été fabriqués aux États-Unis, et expédiés en Inde.

La phase II, qui a débuté cet automne, a vu le démarrage de la fabrication en Inde. Il y a un bureau de conception, de ventes et d'affaires à Mumbai, capitale financière de l'Inde, et un site de fabrication à Daman, à 125 miles environ (200 km) au nord de Mumbai. L'usine abrite un ourdisseur, l'ourdissoir et une opération de revêtement, qui occupent environ 12 000 pieds carrés (1 115 m²). Il y a 25 000 pieds carrés (2 323 m²) de plus d'espace de stockage pour l'expansion future.

« L'expédition à partir des États-Unis au cours de la phase initiale était logique pour notre démarrage en Inde, » dit Fuller. « À plus long terme, il nous fallait un site en Inde qui soit extrêmement avantageux en termes de disponibilité du produit et de réductions des frais d'expédition. »

Fuller et Bhawnani sont tous deux enthousiastes à propos du potentiel à long terme de Strata en Inde.

« Le potentiel de croissance en Inde, c'est bien connu, est énorme », dit Bhawnani, qui est comptable agréé (équivalent au CPA.) « Les infrastructures ici sont sous développées, mais elle se trouvent sur l'écran radar du gouvernement pour tout ce qui concerne les routes, les ports, les aéroports, les communes et l'élévation du niveau de la population dans son ensemble. La gamme des produits Strata s'est taillée une niche dans ce marché et nous sommes optimistes vis-à-vis d'une montée en flèche de la demande. En ce moment, nous sommes en mode démarrage ». Strata n'en est pas à

sa première opération internationale, car son introduction sur les marchés mondiaux a eu lieu en 1997. Fuller et son équipe connaissent les défis et les opportunités de la technologie géotextiles dans le monde entier.

« Nous sommes spécialisés dans le commerce international chez Strata, ce qui justifie notre présence en Inde », a dit Fuller. « Nous comprenons la logistique, l'administration et l'expédition des conteneurs. Notre premier distributeur international fut établi en Autriche en 1997 et c'est là que j'ai commencé à voyager de par le monde. »

Strata compte actuellement des distributeurs au Royaume-Uni, en Écosse, en Israël, en Égypte, en Algérie, à Brunei, en Inde, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Amérique centrale et au Mexique. La croissance grâce à l'expansion internationale continue à être une priorité cruciale pour Strata.

Bien que Mumbai, en Inde et Cumming, en Georgie, le siège de Strata soient à des milliers de kilomètres et que 24 heures de trajet les séparent, Fuller et Bhawnani ne sont pas gênés par la séparation.

« La distance n'est pas du tout un problème, » a déclaré Bhawnani. « La langue n'est pas un problème et les 24 heures qu'il faut pour gagner la Georgie ne constituent pas un handicap. Il faut 24 heures ou plus pour gagner certaines parties de l'Inde. Le monde est devenu une surface plane. Mes enfants vont à l'école à Wallingford, dans le Connecticut; à Bloomington, dans l'Indiana; et, peut-être à l'avenir à Pittsburgh, en Pennsylvanie. »

Du fait de la nature du terrain en Inde les produits Strata sont très demandés. La géographie est extrêmement variée, semblable en cela aux États-Unis, passant des déserts et des montagnes aux plaines. Une grande partie du pays est chaude et humide et les kilomètres de chemin de fer, hérités de l'occupation britannique il y a plus d'un siècle, créent le besoin de passages aériens qui sont appelés autoponts aux États-Unis.

« Ces passages exigent de la terre compactée et des murs de soutènement débutant à 70 cm environ du sol et s'élevant jusqu'à 13 m environ » dit Fuller. « Ces murs de soutènement exigent qu'une stabilisation du sol, et nos produits s'adaptent parfaitement à ce besoin. »

Du point de vue de Bhawnani, le partenariat avec Strata et Glen Raven est fondé sur des valeurs communes.

« Toute œuvre de partenariat est fondée sur l'intégrité, le dévouement, la compréhension et l'acceptation », a déclaré Bhawnani. « Strata Inde fera un jour l'envie des entreprises en Inde – semblable en cela à la position de Glen Raven aux États-Unis. »

PAGE OPPOSÉE, EN HAUT De gauche à droite, Chip Fuller, président de Strata Systems, et Ashok Bhawnani, directeur, Strata Geosystems (India) Pvt. Ltd. **EN BAS**, Le site Web, récemment restructuré de Strata products et un autopont en Inde, exigeant des produits de Strata pour la stabilisation du sol.

CROISSANCE DE NOUVEAU PRODUIT DÉPASSANT 20 POUR CENT

« Notre cible de croissance de 20 pour cent ne comprend pas d'améliorations telles que de nouveaux fils, couleurs ou styles. Ces produits sont totalement nouveaux, du concept initial à la production et la commercialisation. »

Patti Bates

N'importe quelle société prônera l'importance de l'innovation du produit comme source de nouvelles affaires. Toutefois, Glen Raven Technical Fabrics, a porté ce dévouement à un niveau d'importance tout nouveau, consacrant 20 % de sa croissance annuelle au développement de nouveaux produits.

« Il s'agit ici de tout nouveaux produits, des produits qui n'ont jamais vu le jour, » a déclaré Patti Bates, vice-présidente de l'exploitation pour Technical Fabrics. « Notre cible de croissance de 20 pour cent ne comprend pas les améliorations de processus tels que les nouveaux fils, couleurs ou styles de tissus. Ce sont des produits totalement nouveaux, depuis le concept initial jusqu'à la production et la commercialisation. »

Glen Raven Technical Fabrics a fait d'énormes progrès en réinventant son modèle d'entreprise au cours de la dernière décennie. Les éléments de cette unité d'entreprise avaient été axés depuis longtemps sur des commandes de teinture et de finition et des produits courants. Ces activités ont été très prévisibles et stables pendant des années, mais du fait de l'augmentation de la compétition venant de l'étranger dans les années 90, elles sont devenues non profitables pour les sites de production des États-Unis. En conséquence, le développement de nouveaux produits axés sur des solutions de pointe est devenu l'âme de Technical Fabrics aujourd'hui.

Le docteur Peter J. Brews, professeur d'économie à UNC-Chapel Hill qui a conseillé Glen Raven, a décrit les difficultés auxquelles Technical Fabrics et toutes les sociétés américaines doivent faire face, dans une conférence :

« Aujourd'hui, la créativité est la seule chose qui compte vraiment », a déclaré Brews. « Vous inventez un produit ou un service que vous êtes le seul à avoir et vous lui trouvez des marchés et des clients. Une fois que la concurrence a découvert ce que vous avez fait, vous êtes déjà passé à autre chose. C'est un jeu où on doit constamment élever les enjeux et changer les règles. »

Bates compare le processus de développement de produit de Glen Raven à un tapis roulant. Dès que vous avez quelque chose dessus, quelque chose d'autre tombe et doit être remplacé.

Afin de prospérer dans cet environnement difficile, Glen Raven dispose d'une équipe d'ingénieurs dévoués au siège de la société, travaillant en étroite collaboration avec le personnel de l'usine. Le processus de développement du produit est très organisé, concentré et coopératif.

« Il est en fait possible d'avoir trop d'activités dans le développement du produit », a déclaré Robert Earhart, directeur de développement du produit de Glen Raven. « Les idées nouvelles proviennent de sources aussi nombreuses que variées et nous commençons par poser des questions très spécifiques. Qui sont les concurrents ? Pourquoi voulons-nous le faire ? Cela a-t-il du sens d'un point de vue stratégique ? Nous devons nous poser beaucoup de questions avant d'autoriser un programme de développement, jusqu'au calcul du coût. Bien des idées ne vont pas jusque-là, mais quand nous décidons d'assumer un projet, nous y consacrons tous nos efforts afin de réussir. »

Earhart et Sammy Rose, directeur du développement de produit, travaillent en étroite collaboration avec Bates, en tant qu'équipe de

développement du produit au siège de Glen Raven. Ils s'appuient sur le soutien de plusieurs directeurs d'usine, notamment Tony Allen à l'usine de Burnsville et Lucy Scott à Statesville qui fournissent leur assistance pour les tests au niveau de l'usine.

Grâce à sa discipline de marketing, Technical Fabrics a atteint son objectif de 20 pour cent de croissance pour les nouveaux produits. Parmi les succès remarquables on trouve les tissus ignifuges GlenGuard® pour vêtements de travail, les tissus dispersion radar et HaloTech™ pour l'armée, l'activité croissante des pavillons pour l'automobile et les tissus pour la filtration d'eau potable. Technical Fabrics a collaboré de près avec sa filiale, Glen Raven Custom Fabrics, pour la création de Firesist® HUV, tissu ignifuge pour stores.

Glen Raven dispose de capacités de fabrication et de développement considérables en interne, et l'acquisition de John Boyle & Company au mois de mai, l'année dernière, a permis d'y ajouter la lamination et l'enduction. Glen Raven collabore également avec d'autres fabricants qui offrent leur expertise en matière de fibres et de tissus.

La création d'un produit idéal pour Technical Fabrics comporte des caractéristiques spécifiques. L'idée doit être tout à fait nouvelle, et non pas dérivée d'un projet déjà existant. S'il existe un partenaire de développement avec qui l'on peut partager le développement, tant mieux : ce fut le cas pour la croissance chez Glen Raven des pavillons. La capacité de Glen Raven à créer des barrières à l'entrée d'un produit rend également l'effort de développement plus attrayant.

Les devis estimatifs et l'établissement des prix sont essentiels afin de satisfaire aux exigences du retour sur investissement de Glen Raven. Le potentiel de relations à long terme avec la clientèle s'ajoute à l'attractivité des nouveaux produits. Glen Raven est disposé à accepter un cycle de développement étendu dans les cas où l'investissement potentiel le justifie.

« Nous nous attardons sur les solutions et non sur les produits », a déclaré Bates. « Les jours où les gens apportaient du tissu et nous demandaient si nous pouvions en faire quelque chose sont bien révolus. Notre démarche aujourd'hui est de connaître les besoins du marché et de pourvoir à ce besoin en mettant en œuvre une solution payante ; dans certains cas, notre rôle n'est même pas de fabriquer, mais de travailler avec un partenaire afin de commercialiser une nouvelle idée. »

PAGE OPPOSÉE EN HAUT Patti Bates, vice-présidente de l'exploitation pour Technical Fabrics, se concertant avec Anthony Long, réinspecteur. Au premier plan, les directeurs de développement Sammy Rose et Robert Earhart. **PAGE OPPOSÉE, EN BAS**, de gauche à droite, Earhart, Long, Rose et Bates.



PROGRAMME DE SANTÉ ET DE BIEN-ÊTRE AMPLIFIÉ ENCOURAGEMENT DU PERSONNEL



« Nos valeurs fondamentales comprennent le respect pour nos employés et on ne peut pas montrer de plus grand respect qu'en aidant quelqu'un à retrouver la santé et à la garder. »

Janice Burgess

Bill Atkins, employé à l'usine Burnsville de Glen Raven depuis 33 ans était dans le déni. Il était fatigué la plupart du temps et souffrait d'excès de vertige. Cependant, il continuait de travailler chaque jour, en espérant que ce problème mystérieux se dissiperait.

Mais en fait son état ne s'est pas amélioré et ses collègues ont commencé à s'inquiéter. Ils ont demandé de l'aide à l'infirmière diplômée de l'usine, Sharon Trcka. Atkins n'a pas été facile à soigner, mais a finalement accepté de se soumettre à une analyse de sang qui a indiqué qu'il souffrait d'anémie.

Trcka envoya alors immédiatement Atkins voir son médecin qui l'a admis à l'hôpital pour y subir une transfusion. Atkins se sentit très vite mieux, mais devant l'insistance de Trcka, il se soumit à des tests supplémentaires.

« Sharon a vraiment persévéré », se souvient Atkins. En fin de compte, la véritable cause de l'anémie d'Atkins a été trouvée, et c'était une tumeur de l'intestin. La tumeur a été retirée avec succès et Atkins est de retour au travail.

« Je me sens mieux chaque jour », a remarqué Atkins. « La clinique que nous avons ici est ce que nous avons fait de mieux pour la société. »

La clinique des employés à l'usine Burnsville de Glen Raven est un des éléments de la stratégie générale de l'entreprise pour protéger et améliorer la santé des employés. Les cliniques fournissent les services médicaux courants et servent également de centre au nouveau programme PATH de Glen Raven – action proactive de tous pour la santé (Pro-Active Together for Health).

« Il n'est pas si facile pour bien des gens de s'absenter du travail pour voir le médecin ; donc ils remettent leur visite », déclare Trcka. « Étant donné que notre clinique est située dans les locaux de l'usine, les employés ne doivent pas attendre pour leur consultation. Je fais les prises de sang et nous avons une infirmière praticienne qui vient ici une fois par semaine. »

Sandy Silvers, employée chez Glen Raven depuis 10 ans, n'avait pas été en forme depuis deux ans, depuis la mort de son père. Elle était très souvent épuisée et en rentrant du travail elle s'effondrait sur le canapé, trop fatiguée pour faire quoi que ce soit.

Silvers s'est rendue à la clinique de Glen Raven pour une analyse de sang de routine qui a indiqué de l'anémie et une déficience en fer. Trcka fit en sorte qu'elle consulte un spécialiste dont le diagnostic indiqua qu'elle était atteinte de maladie coéliqua, à savoir une intolérance au gluten, élément entrant dans la composition de nombreux aliments.

« J'ai dû complètement changer de régime, pas de gâteaux, de tartes, de biscuits ou de pain ; pratiquement aucun élément contenant du blé », a-t-elle déclaré. « Et c'est une réussite. Je me sens très bien maintenant. Cette clinique est un grand avantage. Sharon a accès aux informations en ligne sur la santé et elle m'a vraiment aidée à comprendre ce qui n'allait pas et ce que je pouvais y faire. »

Les cliniques préventives de Glen Raven s'occupent de plus en plus des soins de santé préventifs. Par les dépistages de routine à la clinique, Trcka a identifié les employés qui sont diabétiques ou risquent de le devenir et qui souffrent d'hypertension. « Je ne veux pas exagérer, mais je sais que



notre travail a amélioré de nombreuses vies et dans certains cas a même sauvé des vies », a-t-elle déclaré. Sandy Hilemon, employée à Burnsville depuis 30 ans, a cru qu'elle était victime d'une crise cardiaque au travail le premier jour où elle a été atteinte de reflux acide. Le problème a été résolu par une visite à la clinique et par la prise de médicaments pour le contrôler.

« Je n'ai pas le temps d'aller chez le médecin », a-t-elle dit. « La clinique est gratuite et facile d'accès. »

L'une des activités les plus importantes des cliniques de Glen Raven est les appréciations des risques pour la santé (Health Risk Assessment, HRA). Les employés remplissent un questionnaire détaillé et subissent une analyse de sang. L'objectif est d'identifier les risques pour la santé qui peuvent être traités par des changements du mode de vie ou par des médicaments.

« Le questionnaire HRA et les dépistages ont été des programmes très bénéfiques pour Glen Raven, incitant de nombreux employés à maigrir, à arrêter de fumer et à changer leur régime alimentaire », a déclaré Janice Burgess, récemment nommée gestionnaire en santé et bien-être pour Glen Raven. « Du fait de l'augmentation du coût des soins de santé, il est essentiel que nos employés gèrent mieux leur santé. »

Glen Raven fournit encouragements et incitations financières aux employés qui acceptent d'adopter un mode de vie plus sain. L'encouragement prend la forme de HRA, de dépistages aux résultats détaillés et de services d'infirmières du travail telles que Trcka et d'infirmières praticiennes dans les cliniques situées sur les lieux de travail. Les incitations financières sont incluses dans un nouveau plan de santé qui sera en vigueur en 2009 et qui proposera des réductions importantes par le biais de contributions aux dépenses médicales pour les employés qui complètent le HRA et acceptent de suivre un programme personnel de soins recommandés.

Selon les études médicales, un pourcentage allant jusqu'à 90 % de tous les problèmes médicaux peut être évité en améliorant le régime alimentaire et en faisant du sport régulièrement.

« Glen Raven investit dans le bien-être des employés pour bien des raisons », a déclaré Burgess. « Nous sommes préoccupés par le coût de nos soins de santé et nous croyons que ce programme aidera à réduire nos frais, qui influent sur la santé économique de Glen Raven. »

« Par ailleurs et ce qui est tout aussi important, nous savons qu'un personnel en bonne santé est plus productif et plus orienté sur la qualité, ce qui se traduit par des avantages pour les clients de Glen Raven », a-t-elle dit. « Enfin, c'est la chose à faire. Nos valeurs fondamentales comprennent le respect pour nos employés et on ne peut pas montrer de plus grand respect qu'en aidant quelqu'un à retrouver la santé et à la garder. »



Glen Raven, Inc.
Glen Raven, NC USA
336 227 6211

Tri Vantage
Glen Raven, NC
336 227 6211

Strata Systems, Inc.
Cumming, GA
800 680 7750

France
Dickson-Constant
Wasquehal, France
+33 (0)3 20 45 59 59

Dickson St. Clair
Saint-Clair de la Tour, France
+33 (0)4 74 83 51 00

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

Espagne
Dickson-Constant
Barcelone, Espagne
+34 93 635 42 00

Allemagne
Dickson-Constant GmbH
Fulda, Allemagne
+49 66 380820

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

Amérique latine
Sunbrella/Dickson
Fort Myers, FL USA
239 466 2660

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

Pays en bordure du Pacifique Nord
Sunbrella/Dickson
Hong Kong, Chine
+85 2 2317 6390

Pays en bordure du Pacifique Sud
Sunbrella/Dickson
Sydney, Australie
+61 (2) 997 44393

Chine
Sunbrella/Dickson
Shanghai, Chine
86 (21) 5403-8385

Glen Raven Asie
Suzhou, JiangSu, Chine
+86 (512) 6763 8100

RAVEN

Numéro 7 | Automne 2008



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