





Allen E. Gant Jr.
PRÉSIDENT ET PRÉSIDENTDIRECTEUR GÉNÉRAL

Chers lecteurs,

Notre magazine Raven fêtant son huitième anniversaire, nous pensions que le moment était venu de rafraîchir le design du magazine avec ce numéro. Cette nouvelle présentation est cohérente avec notre nouvelle identité d'entreprise, qui est également reflétée sur notre site d'entreprise, www.glenraven.com.

Mais si la nouvelle apparence du magazine a changé, notre attention est toujours axée sur la réussite de nos nombreux clients innovants, parmi lesquels Vanquish Boats présent sur la couverture. Alors que le marché maritime émerge de la longue récession, les constructeurs de bateaux tels que Vanquish profitent d'une reprise de la demande d'embarcations de qualité.

Dans ce numéro, vous trouverez deux autres articles sur la navigation de plaisance, notamment sur les profils de Signature CanvasMakers et de Carolina Custom Canvas. Signature CanvasMakers est un excellent exemple de la façon dont une équipe formée d'un couple marié peut hisser une entreprise vers de nouveaux niveaux, tandis que Carolina Custom Canvas illustre une approche créative de la fabrication des couvertures de bateaux à l'aide d'ateliers mobiles.

Concernant les intérieurs, vous trouverez un article sur Jordan's Furniture et ses présentations Sunbrella®. Fondée il y a plus de 90 ans, la réussite de Jordan's s'est bâtie sur de nombreux éléments, y compris un engagement à rendre l'expérience d'achat plus divertissante. Vous découvrirez leurs cinémas IMAX, leurs spectacles aquatiques laser et une approche marketing intégrée pour les tissus Sunbrella.

La décoration intérieure fait également l'objet de deux articles de notre filiale Dickson. ICA est une société

turque qui donne accès à des marques internationales de décoration intérieure de premier plan, tandis que Jardinico en Belgique a récemment lancé une ligne de mobilier modulaire, Colors®, qui présente les tissus Sunbrella dans des composantes élégantes et extrêmement flexibles.

Un des aspects les plus inspirants de notre entreprise est l'apport des talents des autres industries. Awnings Above de Duluth, en Géorgie, a été créé par un vétéran de la technologie informatique qui utilise son expérience d'entreprise pour soutenir une gamme diversifiée de produits d'ombrage.

Nous sommes également heureux de vous présenter dans ce numéro la nouvelle équipe de la stratégie mondiale de Glen Raven. Ce groupe de 16 personnes couvre toutes les opérations au niveau mondial et a la mission d'utiliser leurs talents collectifs pour stimuler l'innovation.

Finalement, pour boucler cette édition, vous trouverez un article sur notre entreprise de géogrilles de Strata, qui inclut des opérations aux États-Unis, en Inde et au Brésil. Strata développe une marque mondiale de la stabilisation des sols pour la construction publique et privée et le développement des infrastructures.

Nous aimerions vous remercier à nouveau de votre activité et de votre intérêt dans Glen Raven. Notre objectif avec le magazine Raven est de partager les réalisations et les connaissances de nos clients, ce qui, nous l'espérons, inspirera chacun d'entre nous à penser et à agir de façon plus innovante.

Oller E. Hant J.





RAVEN ÉTÉ 2014 | N° 21 02 LES BATEAUX VANQUISH SATISFONT AU TEST DE RÉSISTANCE MARINE

04 JORDAN'S FURNITURE ATTIRE LES CLIENTS AVEC DAVANTAGE QUE SES CANAPÉS

06
CE FABRICANT DANS LE
DOMAINE MARITIME
A DES REMORQUES ET IL
FERA LE DÉPLACEMENT

08
ICA INTRODUIT LE MONDE
DES MARQUES DE
DÉCORATION INTÉRIEURE EN
TURQUIE

10 UNE ENTREPRISE BELGE CRÉE DES CANAPÉS D'INTÉRIEUR-EXTÉRIEUR

12
UN ENTREPRENEUR AJOUTE
SES COMPÉTENCES EN
HAUTE TECHNOLOGIE
AUX AUVENTS

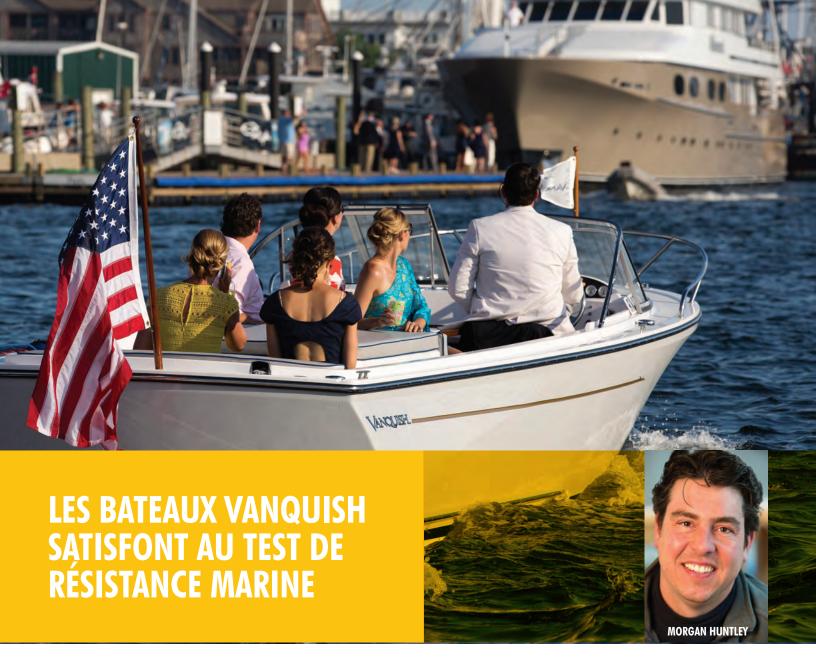
14 MARI ET FEMME FONT ÉQUIPE À « 100 % » POUR LES TOILES MARINES 16 Strata Crée une Marque Mondiale dans Les Géosynthétiques

18 GLEN RAVEN, INC. ADOPTE UNE NOUVELLE IDENTITÉ D'ENTREPRISE

20 Présentation de l'équipe de stratégie mondiale de glen raven

# **EN COUVERTURE:**

LES BATEAUX VANQUISH SE CONCENTRENT SUR DES DESIGNS CLASSIQUES ET INTEMPORELS



Selon Morgan Huntley, les dernières années ont été le test de résistance ultime pour les nouveaux constructeurs de bateaux. Ceux qui ont survécu au pire de la récession devraient avoir confiance dans leur endurance.

« La résistance de notre société a fait la démonstration de nos designs, qui sont éprouvés, vrais et classiques », a déclaré Huntley, le président de Vanquish Boats de Newport à Rhode Island. « Nos bateaux sont inspirés par l'artisanat traditionnel de la Nouvelle-Angleterre et ils seront tout aussi élégants dans 20 ou 50 ans qu'ils le sont aujourd'hui. »

Huntley a acheté Vanquish Boats en 2010 et ne s'est jamais écarté de son engagement à construire des bateaux basés sur le design des runabouts de Nouvelle-Angleterre. Depuis la délocalisation de la société à Newport, Huntley et son équipe ont créé une gamme de quatre modèles qui reprennent le style de l'époque de Gatsby, tout en incorporant des innovations dans le design et un vaste éventail d'options personnalisées. Les bateaux Vanquish ont été décrits comme « à la fois classiques et innovants, élégants et pratiques ou encore uniques et intemporels. »

« Depuis le début, notre objectif est de créer une identité de marque propre à notre société », a+il précisé. « Deux des façons les plus importantes grâce auxquelles nous y sommes parvenus ont été en nous concentrant sur les modèles à moteurs montés in-bord, ce qui est rare pour les bateaux de la taille de ceux que nous construisons, et en offrant à nos clients un large choix d'options pour personnaliser leur bateau. Jusqu'à présent, nous avons seulement construit deux bateaux à l'identique. »

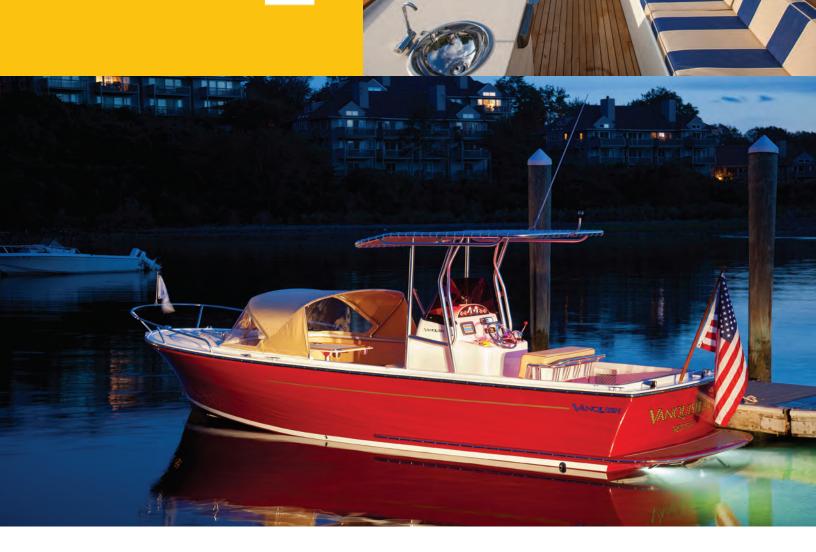
Un autre point essentiel de la résistance de Vanquish Boats a été son équipe de direction qui s'appuie sur une très grande expérience. Diplômé de la Landing School et de l'International Yacht Restoration School, Huntley a plus de 15 ans d'expérience dans la construction de bateaux. Il est titulaire d'un brevet de garde-côte américain (50 tonnes).

Le designer de Vanquish Boats, Doug Zurn, qui a créé plus de 150 yachts motorisés et à voile distinctifs depuis la fondation de son entreprise de design Zurn Yachts dans les années 90, est responsable de la ligne typiquement classique de Vanquish Boats. Il est diplômé du Westlawn Institute dans le design de petites embarcations et membre de la Society of Naval Architects et Marine Engineers (SNAME).

Ron Martel, directeur de la production, a plus de 30 années d'expérience dans la construction de bateaux et la gestion de la production de yachts, et Jake Popek, directeur des ventes, a une expérience d'une décennie dans les ventes de bateaux avec plusieurs concessionnaires. Cette équipe prend non seulement en charge la gamme actuelle mais elle est également impliquée dans le design et le développement en continu.

Retrouvez-les sur le Web à l'adresse www.vanguishboats.com.





« Un des obstacles que nous avions à surmonter était de savoir comment nos designs réagiraient au large », a déclaré Huntley. « Nos coques en V et la solidité de nos produits d'ingénierie peuvent résister à tout ce à quoi ils seront confrontés. Nous avons analysé notre fond stratifié – la surface de roulement – et déterminé qu'en deçà de 22,5 kilotonnes de pression par mètre carré, il s'infléchirait uniquement de 3 mm. »

Alors que le marché principal de l'entreprise est la Côte Est, Vanquish Boats s'étend sur tout le territoire national par l'intermédiaire de son réseau de distributeurs. Autres éléments essentiels de sa réussite, ce sont les artisans maritimes et les partenaires commerciaux de la région de Newport, ainsi que la relation qu'entretiennent Glen Raven Custom Fabrics et sa marque Sunbrella® d'articles dans le domaine maritime.

« Nous construisons des bateaux qui définissent l'individualité de chaque propriétaire, et la gamme de choix de tissus Sunbrella permet à chaque acheteur de créer un style unique », indique M. Huntley. « Sunbrella est synonyme de qualité et lorsque nous passons en revue la liste de vérification des opérations, nous n'avons pas besoin de vendre Sunbrella. Il nous suffit de dire que le tissu sera Sunbrella et la conversation s'arrête là. »

En termes de valeurs de la marque, Vanquish et Sunbrella se soutiennent mutuellement, chaque marque envoyant un message cohérent.

« Vanquish et Sunbrella étaient vraiment faites l'une pour l'autre, car l'une et l'autre représentent un style classique, intemporel et un engagement absolu dans la qualité », a déclaré Vince Hankins, responsable des activités industrielles pour la division Custom Fabrics de Glen Raven. « Nos tissus soutiennent la vision de Vanquish des embarcations en tant qu'art sur l'eau. »

Huntley continue d'observer un renouveau du marché maritime, en particulier dans le haut de gamme, avec de nouveaux acheteurs en quête d'une plus grande polyvalence. Avec sa capacité à offrir des options de personnalisation, cette tendance correspond bien à l'approche de Vanquish.

« Nos acheteurs veulent un bateau qui puisse être amusant pour une petite croisière d'une journée en famille ou entre amis, avec beaucoup d'emplacements pour s'asseoir ou avec le matériel nécessaire pour une sortie de pêche », ajoute M. Huntley. « Nous pouvons construire cette sorte de flexibilité dans la façon dont nous personnalisons chaque bateau. »



# JORDAN'S FURNITURE ATTIRE LES CLIENTS AVEC DAVANTAGE QUE SES CANAPÉS

La plupart des gens visitent les magasins de meubles pour acheter du mobilier. Cependant, chez Jordan's Furniture, ce n'est pas toujours le cas.

Certes, Jordan's propose des gammes très complètes de mobilier de qualité pour chaque pièce de la maison sur ses vastes sites du Massachusetts, du New Hampshire et de Rhode Island. Mais cette société de mobilier de 96 ans ne fait pas que proposer de superbes canapés pour attirer les clients dans ses magasins.

Dans son magasin de Reading, au Massachusetts, les clients peuvent faire du trapèze, déguster des hamburgers et de la glace, ou encore regarder un film dans leur cinéma IMAX 3D de 500 places. Le magasin de Reading est également le foyer de Beantown, une réplique du centre-ville de Boston réalisée avec près de 25 millions de bonbons haricots. Dans le magasin Jordan's de Natick, du Massachusetts, les clients peuvent faire l'expérience d'une reconstitution animée de la rue de Bourbon Street avec un spectacle multimédia de Mardi gras, ainsi que déguster des sandwiches de rôti de bœuf et regarder des films dans le deuxième cinéma IMAX grand écran de Jordan.

Dans le magasin d'Avon, du Massachusetts, les clients peuvent se donner des frissons avec l'attraction MOM (Motion Odyssey Movie) de Jordan's, un cinéma/simulateur de vol de 48 places avec un écran de quatre étages. Le magasin Jordan's de Nashua au New Hampshire propose des biscuits aux pépites de chocolat, et celui de Rhode Island à Warwick inclut SPLASH, un spectacle conçu sur mesure avec lasers, vidéo et audio et 9 000 jets d'eau pour une expérience des plus impressionnantes. Tous les magasins à l'exception de celui de Warwick sont des sites autonomes, ce qui fait d'eux de véritables destinations de divertissement.

« Les gens ont tellement de choix en matière d'achat de mobilier, nous voulons leur donner des raisons de venir faire leurs courses dans nos magasins », a déclaré Josh Tatelman, vice-président de la commercialisation et arrière-petit-fils du fondateur de la société, Samuel Tatelman. « Nous proposons certes des produits de qualité, un excellent service et jouissons d'une réputation d'intégrité, mais nous y ajoutons des divertissements qui créent une expérience d'achat différente. Lorsque les gens font leurs courses dans nos magasins, ils s'amusent. »

Barry et Eliot Tatelman, qui ont succédé à leur père, Edward, en 1973, ont été l'énergie créatrice derrière Jordan's. Ils ont mis l'entreprise sur une voie de croissance continue en ouvrant de nouveaux sites qui intégraient le « shoppertainment (magasinage-divertissement) » et en devenant des célébrités locales pour leurs spots télévisés humoristiques qui incluaient souvent des parodies des publicités nationales. Les approches innovantes de Jordan's ont attiré l'attention de Warren Buffet et Berkshire Hathaway, qui ont acheté Jordan en octobre 1999 et fourni les investissements pour une croissance continue.

Les efforts de Jordan's pour trouver de nouvelles façons d'attirer les clients dans leurs magasins ont conduit à une entreprise coopérative avec Glen Raven Custom Fabrics qui a été lancée à l'automne dernier.

« Notre philosophie a toujours été de développer des programmes de commercialisation qui suscitent l'excitation de nos clients et qui leur donnent une autre raison de venir dans nos magasins », a commenté Josh. « J'ai commencé à voir plus de présentations de tissus Sunbrella® pour les intérieurs sur le marché du mobilier de High Point, et nous avons alors pensé que nous pourrions créer un programme de commercialisation autour de Sunbrella du fait des caractéristiques, des avantages et de la valeur de cette marque de tissu. »

Josh a contacté une équipe de direction chez Glen Raven Custom Fabrics composée de Dave Swers, président, Hal Hunnicutt, vice-président du marketing, et Greg Rosendale, directeur du marché résidentiel des tissus d'ameublement. Ils sont tombés d'accord pour travailler ensemble au lancement d'une galerie du mobilier Sunbrella chez Jordan's.

Le programme incluait le design des galeries Sunbrella, la formation des vendeurs, les accords d'approvisionnement avec les principaux fabricants de mobilier qui proposent des tissus Sunbrella ainsi qu'un programme de communications marketing qui mettait l'accent sur la télévision et les vidéos en ligne. Avec le style chaleureux et informel qui le caractérise, Eliot Tatelman, père de Josh et président, PDG et principal porte-parole de la société, explique comment les tissus Sunbrella sont résistants et lavables à l'eau de javel. Des enfants dégustant des glaces sont présents sur certains des spots pour ajouter un sentiment familial et pour insister sur les caractéristiques d'entretien aisé et sans souci des tissus Sunbrella.

« Sunbrella est un tissu sur lequel les enfants peuvent s'asseoir tous les jours dans le séjour familial et vous n'avez pas à vous inquiéter des éclaboussures et des tâches », a indiqué Josh. « Je ne peux pas trouver une seule raison pour laquelle vous n'utiliseriez pas Sunbrella dans toute votre maison. »

Les nouvelles galeries Sunbrella présentant les articles Bauhaus, Capri, Klaussner, Kincaid, Four Seasons, Rowe et CMI ont accompli l'objectif de la société consistant à attirer les clients.

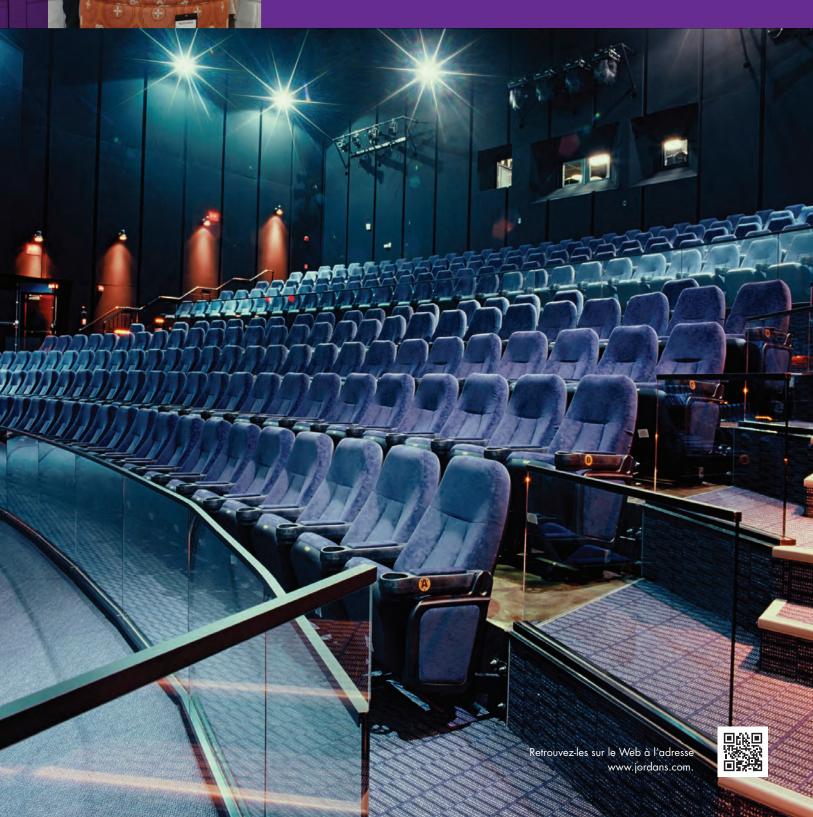
« Les gens ont commencé à venir dans les magasins et à demander des tissus Sunbrella en les appelant par leur nom », a déclaré Josh. « Je ne me souviens pas d'un autre programme de commercialisation pour lequel cela s'est produit. »

Le programme de Jordan's a été en développement depuis près d'un an, y compris une collaboration étroite parmi les équipes créatives, marketing, des ventes et de commercialisation chez Glen Raven et chez Jordan's. La réussite du lancement est due à des centaines de détails, parmi lesquels les façons dont les spots télévisés ont communiqué en quoi les marques Jordan's et Sunbrella sont extrêmement complémentaires.

« Nous avons définitivement créé un buzz, et Sunbrella est devenu un nom connu de tous nos clients », a indiqué Josh. « Les gens viennent vers nous en toute confiance, sachant qu'ils seront bien traités, et cela se voit dans nos spots télévisés. Mon père jouit d'une excellente réputation sur le marché, et avec Sunbrella nous avons un produit dans lequel nous croyons tous. »



À L'EXTRÊME GAUCHE Eliot Tatelman, président, PDG et principal porte-parole de Jordan's, apparaît dans les publicités à la télévision et les vidéos en ligne pour mettre l'accent sur le caractère favorable aux enfants des tissus faciles à nettoyer Sunbrella®. À GAUCHE Josh Tatelman, vice-président de la commercialisation chez Jordan's, à gauche, avec Greg Rosendale, directeur du marché résidentiel des tissus d'ameublement chez Glen Raven Custom Fabrics. EN DESSOUS Le cinéma IMAX chez Jordan's furniture.



# CE FABRICANT DANS LE DOMAINE MARITIME A DES REMORQUES ET IL FERA LE DÉPLACEMENT

Le célèbre dicton « le temps, c'est de l'argent » est particulièrement vrai dans l'industrie de la fabrication maritime. Le travail peut être extrêmement saisonnier avec une demande dépassant largement la capacité au cours des mois de printemps et d'été, ce qui signifie que les fabricants les plus efficaces sont parmi les plus prospères.

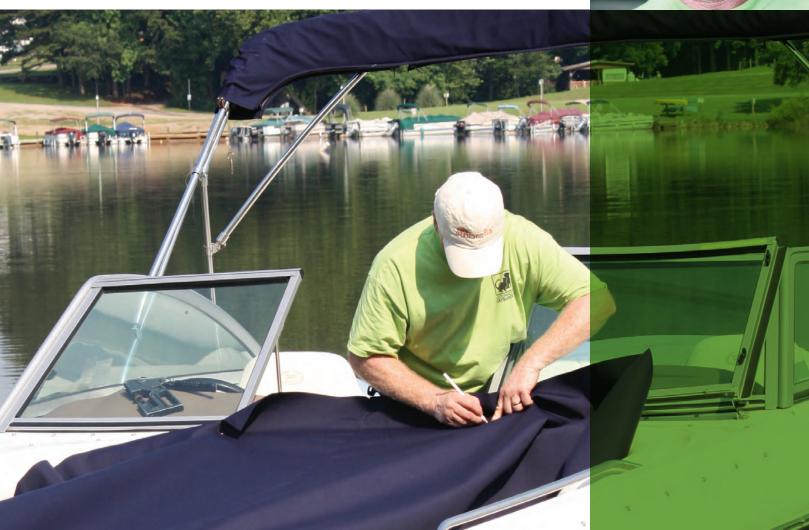
Dan Weaver, propriétaire de Carolina Custom Canvas de Lake Norman, a pris cette perle de sagesse au pied de la lettre en adoptant un modèle commercial entièrement mobile. Il opère à partir de deux remorques équipées avec tout ce dont il a besoin pour fabriquer ses toiles et couvertures de bateau pour une clientèle située principalement sur le Lac Norman, qui est à environ 30 minutes au nord de Charlotte, en Caroline du Nord.

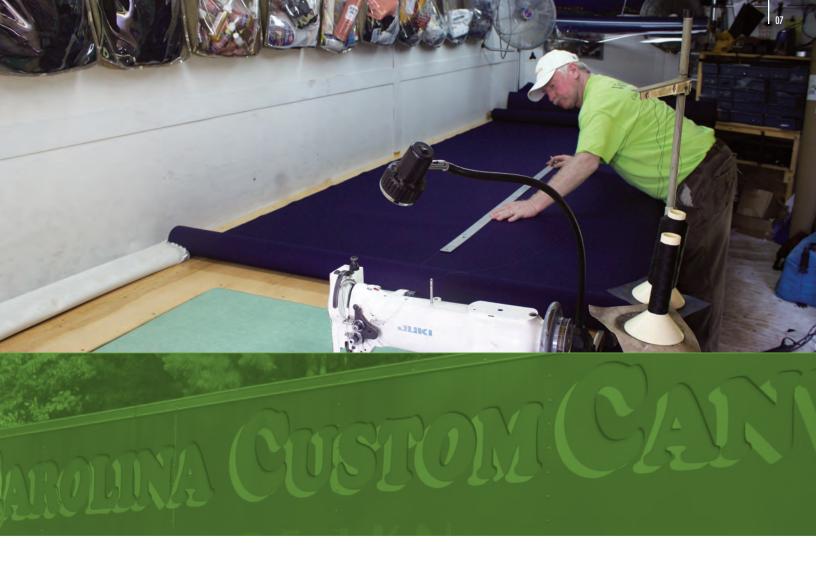
« J'ai appris ce métier en travaillant à partir d'unités mobiles dans le nord de l'État de New York où à peu près tous les fabricants de marine sont mobiles », a-t-il déclaré. «Nous nous sommes déplacés vers le sud parce qu'ici il est possible de travailler à peu près toute l'année, et je ne sais travailler que de façon mobile. » M. Weaver exploite aujourd'hui deux remorques de fabrication marine mobiles, dont l'une est de 7 mètres de long et l'autre de 8 mètres. Dans les remorques, vous trouverez tout ce que vous trouveriez dans un magasin de fabrication maritime traditionnelle : table de découpe, machine à coudre, installation de cintreuses de profilés, tissus et matériel. Il a conçu l'agencement intérieur pour optimiser l'espace disponible et afin d'obtenir la plus grande efficacité possible. Des portants et des sacs sur les côtés de la remorque permettent de garder les choses organisées et à portée de main.

« Nous avons tous réfléchi longuement à la façon dont l'intérieur de la remorque était organisé », a-t-il déclaré. « Comme c'est un petit espace, nous avons utilisé les sacs et les portants sur les côtés de la remorque pour garder les affaires en hauteur. »

M. Weaver travaille actuellement avec trois employés dont lui-même, et il connaît une croissance constante de son activité. Il attribue une grande partie de sa réussite à la mobilité de son exploitation. « En ce qui me concerne, la mobilité est la seule façon de faire. » DAN WEAVER







« Avec nos unités mobiles, nous allons là où le bateau se trouve et réalisons la fabrication et l'installation complète avec le bateau dans l'eau, habituellement en une journée », ajoute±il.

Sur un projet type, M. Weaver et l'un de ses employés font équipe pour une plus grande efficacité. Ils prennent les mesures en travaillant ensemble puis M. Weaver réalise les coupes et la couture dans la remorque pendant que son associé termine l'installation. La plupart des travaux demandant de quatre à six heures, cette équipe peut généralement accomplir un large projet et en commencer un autre sur un même site dans la même journée. Les remorques peuvent également être détachées près des installations pour réduire les frais de voyage.

Cette mobilité s'est avérée être un avantage pendant la récession pour M. Weaver et son équipe avec la capacité d'aller là où se trouve le travail dans toutes les localités situées entre trois et cinq heures de Charlotte, et notamment sur les côtes des Carolines. Il continue de profiter d'une portée géographique étendue, mais comme l'économie s'est améliorée, les amateurs de bateau de Lake Norman gardent Carolina Custom Canvas occupée. Les unités mobiles de M. Weaver sont également une forme de publicité bon marché et efficace, générant régulièrement des pistes pour davantage de travail.

« C'est comme si nous disposions de deux panneaux publicitaires constamment en déplacement autour du lac », ajoute-t-il. « Nous effectuons beaucoup de travail dans les marinas et il n'est pas inhabituel que les gens

viennent nous voir et nous demandent si nous pouvons réaliser un projet pour leur bateau. »

Trivantage, la filiale de distribution de Glen Raven, fournit les tissus et autres matériaux Sunbrella® dont Weaver a besoin pour son activité avec une livraison « le jour suivant » sur sa base d'attache.

- « Dan s'est forgé une solide réputation autour du lac, et tout le monde le connaît », a dit Kevin Nieters, responsable de compte principal chez Trivantage. « Les opérations mobiles ne sont pas pour tous les fabricants dans le domaine maritime en raison des limitations en termes d'espace, mais Dan tire un excellent parti de ses remorques autour du Lac Norman. »
- M. Weaver estime que le coût d'une remorque de fabrication marine entièrement équipée est d'environ 25 000 \$, ce qui peut être amorti en environ deux ans en fonction des compétences et de l'efficacité du fabricant.
- « Quiconque souhaiterait devenir mobile devrait préalablement rendre visite à un opérateur mobile pour avoir une idée de ce que cela implique », a-t-il dit. « En ce qui me concerne, la mobilité est la seule façon de faire. »







# ICA INTRODUIT LE MONDE DES MARQUES DE DÉCORATION INTÉRIEURE EN TURQUIE

Le marché de la décoration d'intérieur est devenu véritablement mondial en termes de portée, et il n'y a pas de meilleur exemple de cette vue étendue du monde qu'ICA Home and Garden de Turquie. Fondée en 1990, cette entreprise familiale, située sur la partie asiatique d'Istanbul, donne accès à une grande variété des principales marques de décoration d'intérieur au monde, parmi lesquelles Ralph Lauren, Whitecraft, Century, Gloster, Weber, Sunbrella®, Dickson® et bien d'autres encore.

« Notre philosophie a toujours été de fournir les meilleurs produits disponibles dans chaque catégorie avec le meilleur service possible au meilleur prix à nos clients », a dit Cenk Kilbey, directeur d'exploitation d'ICA. « Cette trilogie est essentielle au développement et à la planificatior futurs de notre société parce que si l'une de ces valeurs fait défaut, alors les deux autres perdent leur essence et leur puissance. Notre stratégie doit être le partenaire commercial préféré de nos clients en fournissant des produits et des services irréprochables. »

ICA exploite trois entrepôts couvrant 10 220 mètres carrés de stockage et neuf salons d'exposition avec 15 790 mètres carrés d'espace de présentation. L'entreprise fournit des produits textiles industriels et du mobilier et des accessoires d'intérieur et d'extérieur aux circuits de distribution en gros et de détail. Par ailleurs, l'entreprise propose des pièces détachées et la machinerie pour les opérations textiles industrielles ainsi que la formation sur le produit, les documents supplémentaires et les

services après-vente. La base de clientèle de la société inclut les fabricants d'auvents et de tentes, les constructeurs de bateaux, les fabricants de coussins, les designers d'intérieur et les constructeurs de maison.

Dickson joue un rôle central dans la stratégie commerciale d'ICA, en assurant un accès aux marques Sunbrella® et Dickson® ainsi que des connaissances sur les nouvelles tendances de marketing et sur les produits.

« En tant que plus ancien distributeur de textiles industriels en Turquie, Dickson joue un rôle essentiel dans notre stratégie commerciale », a précisé M. Kilbey. « Les produits innovants de Dickson nous assurent que nous restons le leader du marché. L'engagement de Dickson pour des pratiques de responsabilité sociale et pro-environnementales est également important pour nos clients et s'aligne bien sur les politiques sociales d'ICA. »

Les salles de démonstration et les bureaux de vente d'ICA se trouvent sur les parties asiatique et européenne d'Istanbul, à Izmir et à Antalya. L'entreprise dessert principalement le marché turc mais anticipe une expansion dans les pays de l'Est avoisinants.

« Nous représentons à la fois les marques Sunbrella et Dickson en Turquie », a indiqué M. Kilbey. « Pour Sunbrella nous présentons des tissus d'auvents, de rembourrage et de marine, ainsi que des accessoires tels que des galons, du vinyle, des fils performants et des machines. Pour









#### **CENK KILBEY**

Directeur d'exploitation d'ICA Home and Garden, Turquie

ICA Home and Garden, Turquie, se concentre sur les marques Sunbrella et Dickson sur les salons commerciaux de l'industrie.

Retrouvez-les sur le Web à l'adresse www.ica.com.tr.



Dickson, nos gammes de produits incluent des tissus pour auvents et des protections contre le soleil ainsi que des matériaux en PVC pour les tissus occultants et les couvertures d'hiver distribuées à plus de 500 clients actifs partout en Turquie. »

La protection solaire est particulièrement importante en Turquie, ce qui rend les offres de tissu performant disponibles via Dickson particulièrement importantes pour ICA.

« Le groupe Dickson est reconnu pour offrir une expertise de classe mondiale dans le domaine de la protection solaire », a précisé M. Kilbey. « Cette expertise nous permet d'avoir les produits disponibles les plus innovants, les plus durables et les plus résistants au soleil. Du point de vue du design, Dickson nous assure un accès aux modèles, aux combinaisons de couleurs et aux supports marketing les plus innovants disponibles. Leur approche axée sur le client et leurs services après-vente sont également des avantages essentiels. »

Burçin Salmaner officie en tant que responsable de marché de Dickson pour la Turquie et il est le contact pour ICA aux côtés de Philippe Herrault, le directeur des exportations pour les pays d'Europe de l'Est.

« ICA est le point d'accès en Turquie de différents fournisseurs dans le monde entier », indique M. Salmaner. « Elle est l'un des plus grands importateurs de ses secteurs, ce qui signifie qu'elle satisfait les demandes de produits particuliers qui ne sont pas fabriqués sur le marché national.

D'après M. Salmaner, non seulement ICA fournit un accès aux marques et aux produits mondiaux de premier plan, mais elle entretient des contacts étroits avec ses clients pour soutenir une approche basée sur les solutions

« ICA est une entreprise vraiment axée sur les solutions, ce qui signifie qu'elle comprend les besoins de ses marchés et qu'elle nous donne de l'inspiration pour trouver des solutions afin de satisfaire ces besoins », affirme-t-elle. « Lorsque nous introduisons de nouveaux produits sur le marché, ICA travaille en étroite collaboration avec nous pour mettre ces nouveautés sur le marché avec succès ; c'est une relation très dynamique et réellement profitable pour tout le monde. »

Pour ICA, le respect et la relation bénéfique sont réciproques.

« Les employés de Dickson sont très expérimentés et ne font pas seulement que de bons collègues, mais également de bons amis », indique M. Kilbey. « Leur connaissance des marchés et leur expertise technique nous procurent une grande confiance et beaucoup de confort lors de notre collaboration avec nos collègues chez Dickson. »





Avec la confusion des limites entre les décorations extérieures et intérieures, la demande de mobilier pouvant être utilisé aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur ne cesse d'augmenter. Jardinico, une société basée en Belgique avec une réputation internationale pour ses coussins de qualité supérieure, répond à ce besoin avec une nouvelle gamme de canapés développés avec le soutien de Dickson-Constant.

« Il y a définitivement un marché pour des canapés d'extérieur décontractés et amusants pour réunir ses amis et sa famille », a indiqué Bruno Vandeputte, copropriétaire avec son frère, Bram, de Jardinico. « Se détendre dans le confort était le concept qui a guidé la création de cette nouvelle gamme. »

La gamme de canapés d'intérieur-extérieur de Jardinico s'appelle « Colors® », ce qui met l'accent sur la disponibilité d'une grande diversité de tissus Sunbrella®. Basés sur un design moderne et modulaire, les articles de la collection Colors peuvent être utilisés dans diverses configurations qui vont des bords de piscine aux pièces familiales. Des poignées intégrées rendent la réorganisation des unités modulaires rapide et facile.

« Nos marchés pour la collection Colors incluent les magasins de mobilier haut de gamme, ainsi que les développeurs de projet et les architectes », a indiqué Bruno. « Son design moderne et son concept modulaire, en plus du fait que nous puissions livrer en trois semaines, quelle que soit la couleur commandée, rendent cette collection unique en son genre sur le marché. »

Une autre caractéristique distinctive de la gamme Colors est sa construction, qui contient une mousse EZ DRY, un revêtement sur les surfaces intérieures et une ventilation qui permet à l'eau de passer à travers. Les tissus Sunbrella ont été sélectionnés pour leurs couleurs claires résistantes à la décoloration, leur imperméabilité et leur durabilité. Jardinico et Dickson-Constant ont collaboré sur la création de la gamme avec Pieter Verhelst, directeur du marché du mobilier intérieur et extérieur, qui officiait en tant que contact principal pour Dickson.

« En tant que notre plus important fournisseur de tissus, nous entretenons une relation étroite avec Dickson », a indiqué Bruno. « Ils nous livrent quotidiennement des tissus, et nous pouvons satisfaire leurs autres clients lorsqu'ils ont besoin de coussins dans des délais courts. »

Jardinico a été créé en 1999 en tant que fabricant de coussins et de vêtements d'enfants. En 2001, la société mit un terme à la fabrication de vêtements pour se concentrer sur les coussins ; une deuxième division de la société propose une gamme exhaustive de produits d'ombrage, y compris des parasols de jardin et autres accessoires décoratifs. Le siège de la société se trouve

à Avelgem, en Belgique, et elle dispose d'une usine de production à Gorzow, en Pologne.

L'entreprise a des clients dans l'Union européenne, en Asie, en Australie et en Nouvelle-Zélande et est axée plus particulièrement sur les coussins sur mesure pour les marques de mobilier haut de gamme. Client de

Dickson depuis 14 ans, Jardinico jouit d'une bonne réputation pour sa production de qualité et sa capacité à livrer des coussins en trois semaines dans diverses formes et couleurs.

« Jardinico est une entreprise axée sur la qualité et sur l'innovation, ce qui rend notre partenariat avec eux vraiment idéal », a déclaré M. Verhelst. « La collection Colors a suscité une très grande attention sur le marché comme l'ont prouvé les salons commerciaux internationaux auxquels nous avons participé. C'est une gamme tout à fait en phase avec les styles de vie informels d'aujourd'hui. »





# UN ENTREPRENEUR AJOUTE SES COMPÉTENCES EN HAUTE TECHNOLOGIE AUX AUVENTS





Jerry French travaillait dans le monde de la haute technologie des entreprises américaines depuis plusieurs années lorsqu'il a décidé de changer d'univers. Alors qu'il avait connu un fort succès en tant que consultant aidant de grosses sociétés à installer leurs logiciels d'entreprise, que sa femme et lui avaient quatre enfants en bas âge à la maison, il décida qu'il était temps pour lui de prendre un peu de recul.

« Dans l'industrie des auvents, nous avons vu un marché où il n'y avait pas de leader national bien défini mais uniquement quelques gros acteurs régionaux », explique-t-il. « Pour nous, il s'agissait d'un marché inexploité où je pourrais utiliser mon expérience commerciale et technologique pour créer une exploitation efficace. »

C'est ainsi que M. French a créé sa société nommée « Awnings Above », à Duluth, en Géorgie, en 2005. Il avait la vision d'une entreprise qui offrirait un large éventail de produits associés à l'ombrage, appliquerait la technologie à tous les aspects de l'entreprise, se concentrerait principalement sur l'activité commerciale tout en poursuivant également certaines opportunités résidentielles ciblées et en s'étendant vers tout le Sud-Est.

« Je ne voulais pas lier l'entreprise à une seule gamme de produits, et nous voulions éviter les pics et les creux saisonniers », a-t-il déclaré. « Les architectes spécifient aujourd'hui tous les types de structures d'ombrage, y compris les auvents, les plafonds en voile et les volets. En proposant une large gamme de produits, les entrepreneurs généraux peuvent nous recruter pour tout faire, ce qui constitue un réel avantage pour eux comme pour nous. »

Le menu des produits d'Awnings Above s'étend des auvents et des plafonds en tissus aux auvents rétractables, aux voiles d'ombrage et aux volets Bahama. Bien que les produits soient très diversifiés, ils peuvent être pris en charge grâce à l'ensemble de compétences courantes de son équipe de 15 employés.

« Nous avons connu une forte croissance dans les voiles d'ombrage pour les projets commerciaux et résidentiels », a commenté M. French. « Ils sortent de l'ordinaire et ajoutent une élégante touche architecturale à une maison ou à un bureau. Il y a également eu une agréable hausse des volets Bahama qui ont également un superbe look. »

En termes d'utilisation de la technologie, M. French s'est appuyé sur son expérience du monde de l'entreprise pour offrir une plus grande efficacité à son activité d'auvents.

« La technologie a été une clé de notre réussite », a-t-il déclaré. « Elle a vraiment ajouté de l'efficacité à chaque partie de l'activité depuis l'estimation à la fabrication des articles, jusqu'à la façon dont nous agissons au contact de nos clients. Les grands entrepreneurs généraux avec qui nous travaillons apprécient la façon dont nous appliquons la technologie. »

Avec ses efforts portant sur la construction commerciale, la capacité d'Awnings Aboveà travailler sur des projets jusque dans le Sud-Est s'est également avérée essentielle.

« La zone géographique que nous couvrons est une caractéristique de la relation que nous avons développée avec les années », a-t-il ajouté. « Nos clients veulent travailler avec nous sur de nombreux marchés différents, donc c'est un véritable plus de pouvoir répondre à leurs besoins en nous rendant sur leurs sites de travail. »

M. French a également bénéficié d'opportunités de croissance dans les communautés résidentielles de luxe, en fournissant des voiles d'ombrage pour les parties résidentielles communes telles que les piscines et les terrains de jeux de balle. Les auvents rétractables constituent également une opportunité de croissance avec les clients.

« Une des choses qui sont importantes à nos yeux est les produits que nous n'avons pas à fabriquer », a déclaré M. French. « C'est l'un des points attirants des auvents rétractables Solair®. Lorsque nous commandons un modèle Solair, tout ce que nous avons à faire c'est de le programmer et de l'installer. »

Les auvents rétractables Solair de Trivantage ne sont qu'un élément de ce que M. French considère comme un partenariat stratégique avec Trivantage, la société de distribution nationale de Glen Raven.

« Trivantage est définitivement l'un de nos partenaires clés dans l'industrie », ajoute-t-il. « Nous avons d'excellentes relations

> tout le monde chez eux et à chaque fois que nous sommes confrontés à des difficultés, Trivantage intervient et les résout. »

Trevor McDaniel, le représentant de compte pour Trivantage, sert de point de contact principal pour Awnings Above.

« Il est très motivant de travailler avec Awnings Above parce que Jerry veut toujours essayer de nouvelles choses et développer son entreprise », a-t-il commenté. « Il a été l'un des premiers à voir le potentiel des voiles d'ombrage et il s'est vraiment lancé dedans. Les voiles d'ombrage ne sont qu'un exemple de la façon dont Jerry est motivé par la réussite. »

Pour M. French, le passage des logiciels d'entreprise aux auvents s'est avéré une expérience très enrichissante.

« Dans cette activité, vous avez un produit tangible que vous pouvez toucher et dont vous pouvez sentir la qualité proposée », a-t-il déclaré. « Et nous avons découvert que l'industrie du bâtiment était composée d'individus formidables avec qui nous aimons beaucoup travailler. C'est une industrie ouverte dans laquelle vous pouvez développer des relations et voir les choses se concrétiser. »





Chaque propriétaire de petite entreprise comprend la phrase « à 100 % » lorsqu'il s'agit de diriger une société. Cette phrase a encore plus de sens lorsque les propriétaires sont une équipe composée d'un couple marié. C'est le cas de Signature CanvasMakers de Hampton en Virginie.

« Il n'y a pas vraiment de bouton d'arrêt pour notre entreprise », a déclaré Chandler Clark, qui dirige Signature CanvasMakers avec sa femme, Charlene. « Nous étions tous les deux dans d'autres carrières avant de nous lancer dans cette activité, mais maintenant nous sommes ensemble 24h/24 et 7j/7 et nous ne quittons jamais vraiment le bureau. Dans notre tête, nous y sommes constamment. »

Les Clark sont passionnés par le développement de leur entreprise de toiles marines et trouvent leur « partenariat » tout à fait gratifiant, excitant et enrichissant.

« Nous partageons absolument la même vision et une confiance sans équivoque nous unit en tant que propriétaires d'entreprise et mari et femme », a commenté Charlene. « Chandler et moi sommes amateurs de bateaux tout autant que chefs d'entreprise. Il s'agit donc d'une passion et d'un style de vie pour nous lorsque nous recherchons des opportunités de rendre l'entreprise plus prospère. »

Cela faisait plusieurs années que Chandler, chef principal de l'U.S. Navy à la retraite, avait misé ses projets sur une entreprise de toiles marines,

travaillant gratuitement dans une voilerie pour apprendre le métier pendant qu'il était stationné à La Nouvelle-Orléans. En 2006, après avoir pris sa retraite de la Navy, il est rentré en Virginie où il s'est associé avec un magasin de toiles marines établi pour parfaire davantage ses compétences. Puis en 2008, il a créé Signature CanvasMakers et peu de temps après, Charlene a quitté sa carrière de 20 ans dans le marketing pour le rejoindre dans son entreprise.

« L'entreprise s'était développée au point qu'il était devenu difficile à Chandler de tout faire lui-même : tenir le magasin, rencontrer les clients, gérer l'entreprise », a précisé Charlene. « C'était un saut dans l'inconnu lorsque j'ai rejoint l'entreprise, mais c'était également indispensable à la poursuite de son développement. Chandler est l'artisan, le visionnaire, le vendeur et le visage de Signature CanvasMakers ; c'est un expert du domaine », a-t-elle ajouté. « Mon rôle est celui de directrice commerciale, des opérations et du service clientèle. »

La répartition des tâches fonctionne bien pour les Clark, qui sont des amateurs passionnés de bateaux qu'il s'agisse d'un voilier, d'un bateau de pêche, d'un dinghy ou de paddleboards. Leur vie sur l'eau et dans l'entreprise fait entièrement partie de la nature de leur travail 24h/24 et 7j/7 dans les toiles marines.



« Une de nos principales forces est le fait que nous sommes des amateurs de bateaux, ce qui nous procure une crédibilité incroyable auprès de nos clients qui nous voient sur l'eau », a indiqué Chandler. « Nous savons l'importance d'un travail de qualité et de bien faire le travail dès la première fois. Notre travail nous permet de rester proches de notre style de vie basé sur le bateau et nos clients sont des gens ayant réussi et heureux qui apprécient le fait d'être sur l'eau autant que nous. »

Le déplacement de la société en 2012 dans des locaux plus grands leur a non seulement fourni beaucoup d'espace pour la fabrication marine, mais a également conduit à l'ouverture d'un magasin de détail, « The Bay Scene (La scène de la Baie) », spécialisé dans les accessoires et les cadeaux marins haut de gamme. Signature CanvasMakers continue d'observer des signes de croissance au sein de l'industrie des toiles marines après les années difficiles de récession.

« Il y a une grande variété de clients ces jours-ci », a révélé Chandler. « Les propriétaires de bateaux qui ont gardé leurs vieilles toiles aussi longtemps qu'il était possible, mais qui doivent désormais les remplacer et les personnes qui ont fait une très bonne affaire sur un bateau et qui sont prêtes à investir dans des améliorations. L'industrie marine revient petit à petit. Elle marchait au ralenti, mais elle est de retour. »

La réussite dans le monde difficile des toiles marines nécessite des partenaires commerciaux solides. C'est là que Trivantage® et Sunbrella® entrent en action pour Signature CanvasMakers. Trivantage leur procure un accès à un éventail de composants nécessaires, et notamment les tissus Sunbrella.

« Chandler développe tous ses projets de toiles marines comme si elles lui étaient destinées personnellement et il ne se contente que du meilleur », a indiqué Len Stielper, directeur commercial du littoral médio-atlantique chez Glen Raven Custom Fabrics. « Charlene insuffle tellement d'énergie et d'animation dans l'entreprise, et son passif dans le marketing a largement contribué à leur réussite. L'ingrédient final, et peut-être le plus grand attribut de Signature CanvasMakers, est que Chandler et Charlene ne perdent jamais de vue qu'ils vivent « pour » cela et non pas « de » cela.

Pour Charlene et Chandler Clark, l'opportunité de travailler avec des personnes qui profitent de la vie sur l'eau autant qu'ils le font eux-mêmes est l'une des plus belles récompenses de leur activité.

« Ce que nous aimons dans ce travail, c'est que chaque jour est différent et que nous rencontrons des gens passionnants : des gens qui ont fait du bateau tout autour du monde et qui sont pleins d'histoires fascinantes à raconter », a-t-elle dit. « Nous avons aussi la chance d'avoir une équipe d'employés fantastiques ; ils sont comme une famille ici et nous traitons également nos clients comme une partie de la famille. »



Avec des opérations aux États-Unis, en Inde et au Brésil, la filiale de géosynthétiques de Glen Raven, Strata Systems, est en train de créer une marque mondiale dans la technologie de stabilisation du sol qui couvre non seulement la fabrication de matériels de géogrilles, mais également la conception technique et la construction.

Strata Systems a rejoint Glen Raven en 2007 dans le cadre de l'acquisition par la société de John Boyle & Company. Depuis, Glen Raven Technical Fabrics a investi dans la poursuite de ses innovations dans les matériels de géogrilles ainsi que dans son expansion mondiale qui comprend non seulement le marché américain, mais également l'Inde et le Brésil. Les produits et l'expertise technique de Strata sont utilisés pour stabiliser les sols dans une large variété d'applications y compris la construction d'autoroutes et le développement de la vente au détail, aux niveaux résidentiel et commercial. Grâce à l'utilisation de son approche axée sur les solutions, la construction est rendue possible à la fois techniquement et financièrement sur des sites qui autrement n'auraient pas été exploitables en termes de développement.

Strata India, qui a commencé ses opérations en 2004, s'est développé à partir d'un bureau de marketing de quatre personnes, pour atteindre une main-d'œuvre de 160 employés qui non seulement fabrique des produits de géogrilles Strata en Inde, mais également conçoit et bâtit des éléments

cruciaux de l'infrastructure du pays, y compris des murs de rétention et des pentes raides renforcées pour les autoroutes, les passerelles d'autoroutes, les sites industriels, les décharges et les centrales électriques. Strata India fabrique également les géocellules Strataweb™ et possède une licence pour la conception et la construction de ponts en arc en béton à segments préfabriqués BEBO®.

Le travail de Strata en Inde inclut plusieurs événements marquants qui ont consolidé sa réputation de fournisseur national de premier plan de solutions géogrilles. Ces projets comprennent la construction de murs de rétention de 92 900 mètres carrés en seulement six mois et la réalisation du contrat du mur de rétention le plus large du pays d'une surface de 250 800 mètres carrés.

En septembre 2013, Glen Raven a signé un accord de coentreprise avec Geo Soluções, une société fondée il y a 12 ans à Sao Paulo, au Brésil, par deux frères : Victor et Julio Pimentel. La société se concentrait à l'origine sur la concession de licences des systèmes innovants de murs de rétention à segments inventés par Victor. Il y a environ cinq ans, la société a commencé à élargir son offre de services d'ingénierie géotechnique et aujourd'hui, forte d'un personnel de près de 200 personnes, elle propose des services de conception et de construction, ainsi que les produits de Strata.



« Les besoins d'infrastructures du Brésil s'accélèrent et, avec l'investissement de Glen Raven, notre société peut continuer de se développer pour satisfaire ces besoins », a déclaré Victor. « Non seulement nous allons introduire les produits de géogrilles Strata au Brésil, mais nous aurons également accès aux connaissances techniques de Strata aux États-Unis et en Inde. »

Geo Soluções a réalisé plus de 100 projets qui impliquent habituellement la construction de murs de rétention et la stabilisation de pentes raides, qui sont autant d'éléments cruciaux de la construction sur les terrains montagneux du Brésil. Parmi les nombreux projets de la société se trouvent Rodoanel, un périphérique de 177 kilomètres à Sao Paulo, et Aerovale, le premier gros aéroport privé du pays.

Chip Fuller, le président de Strata Systems, était à la recherche d'une opportunité de pénétrer le marché brésilien depuis plusieurs années avant de rencontrer Victor. Sur une période de deux ans, ils ont travaillé ensemble à la formulation d'un accord de coentreprise et d'un plan d'exploitation qui s'appuie sur les capacités de toute l'exploitation mondiale de Strata.

- « Notre objectif est de développer la marque Strata mondialement en tant que l'un des leaders de la technologie géogrille », a déclaré M. Fuller.
- « Nous avons désormais d'excellents partenaires en Inde et au Brésil qui

sont désireux de partager leurs connaissances et leurs ressources pour faire de cet objectif une réalité. » Chip Fuller envisage des collaborations mondiales parmi ses opérations aux États-Unis, en Inde et au Brésil tandis que les ingénieurs et les distributeurs partagent leurs connaissances et leurs expériences. Un sommet de la technologie mondiale de Strata s'est tenu en mai cette année.

« Nous continuons d'améliorer nos produits en Inde à travers notre expérience concrète dans tous les aspects des géosynthétiques, depuis les géogrilles et la fabrication des blocs de béton jusqu'à la construction réelle », a déclaré Narendra Dalmia, PDG de Strata India. « En utilisant nos propres produits dans la construction, nous comprenons bien plus en détail chaque aspect, ce qui procure des opportunités pour une innovation continue. »





Glen Raven, Inc. a introduit un nouveau logo et une nouvelle identité d'entreprise reflétant l'engagement continu de la société dans l'innovation et dans l'ingéniosité à satisfaire les besoins de ses clients dans le monde entier. De subtiles nuances de gris et de vert ont remplacé le rouge et le vert éclatants et des améliorations ont été apportées au « ruban corbeau » de la société. L'introduction de la nouvelle identité est mise en œuvre progressivement dans le monde entier.

« Notre nouvelle identité d'entreprise symbolise la collaboration, la créativité, l'ingéniosité, la durabilité et l'innovation », a déclaré Hal Hunnicutt, le vice-président du marketing. « Nous avons affiné notre corbeau emblématique pour en faire un symbole tourné vers l'avenir, centré sur de nouvelles idées, l'optimisme pour le futur et un riche héritage. La couleur verte représente le fait que travailler ensemble de façon créative est la méthode que nous avons choisie pour faire des affaires, et le gris représente les opportunités qui nous sont offertes par notre technologie

d'avant-garde employée pour concevoir, fabriquer, commercialiser, livrer et entretenir nos produits et nos services. »

L'identité d'entreprise précédente de Glen Raven a été adoptée il y a plus de 15 ans en reconnaissance de l'engagement de la société dans la poursuite d'une vision qui était guidée par le marché et axée mondialement. L'adoption d'une nouvelle identité traduit la réussite de la transformation de Glen Raven depuis une société de textiles traditionnelle et son engagement continu pour aller plus loin en tant que prestataire international de solutions.

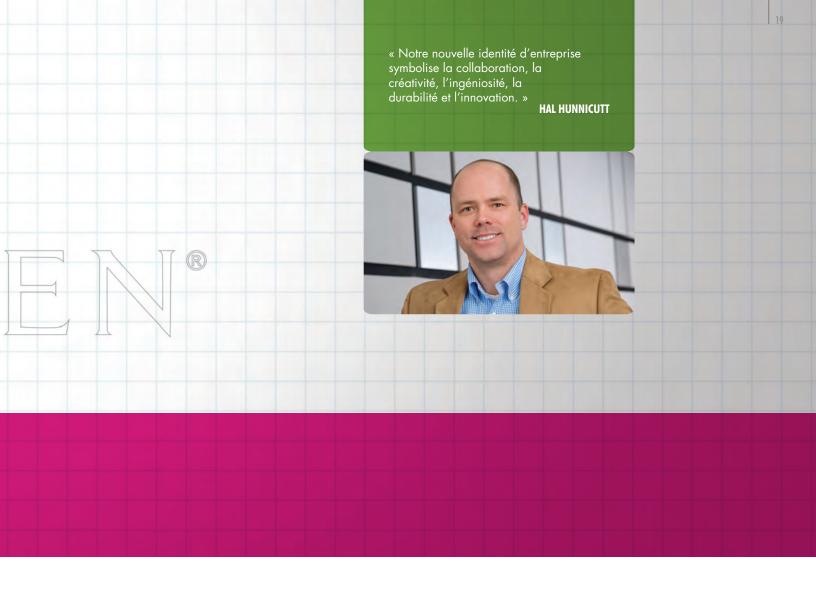
« Chez Glen Raven, la culture de l'innovation s'est accélérée depuis la dernière décennie, et la créativité nous a entraînés vers de nouveaux marchés tout autour du monde », a commenté M. Hunnicutt. « Glen Raven protège les mineurs de charbon en Virginie Occidentale, les soldats au Moyen-Orient, et les travailleurs du pétrole au Texas. Nous consolidons













les autoroutes aux États-Unis, en Inde et au Brésil et nous complétons des stations balnéaires de luxe dans des destinations exotiques, tout en aidant à purifier l'eau potable dans les pays du Tiers-monde. Nous promouvons la conservation de l'énergie dans toute l'Europe et nous transformons de modestes terrasses et patios en véritables pièces d'extérieur. »

La nouvelle identité d'entreprise occupe une place prépondérante dans la nouvelle conception du site Web de l'entreprise à l'adresse www.glenraven.com. Le nouveau site met l'accent sur l'ampleur des produits et des services de Glen Raven créés pour fournir aux clients des solutions dans divers secteurs de l'industrie. Sont également présents sur le nouveau site l'historique de la société, sa vision et ses valeurs, l'équipe de direction et ses sites internationaux.



Retrouvez-nous sur le Web à l'adresse www.glenraven.com.

Un nouveau site Internet d'entreprise incorpore la nouvelle identité et présente la grande diversité des marchés dans lesquels Glen Raven occupe la place de prestataire de solutions de premier plan.

# PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE DE STRATÉGIE MONDIALE DE GLEN RAVEN



Glen Raven a créé une « Équipe de stratégie mondiale » composée de membres de la direction du monde entier et présidée par Eugène Deleplanque, le président de notre filiale Dicksone en France.

Axée sur le soutien à la mission, à la vision et aux valeurs de Glen Raven, l'équipe a été créée pour recommander des opportunités stratégiques au Comité exécutif de Glen Raven à la fois à l'intérieur et en dehors des marchés traditionnels de la société. Par ailleurs, l'équipe est chargée de l'identification des défis et des solutions stratégiques, tout en recommandant également des systèmes et des méthodes pour améliorer l'intégration et les capacités internationales de Glen Raven.

Dans ce numéro du magazine Raven, nous vous présentons les membres de l'équipe qui ont des années d'expérience couvrant tous les aspects des opérations mondiales de Glen Raven, depuis le marketing jusqu'à la fabrication et de la chaîne d'approvisionnement jusqu'au service clientèle. Cette équipe est consacrée à faire de Glen Raven une société plus solide, mieux à même de fournir les produits et les services innovants dont nos clients ont besoin.



















# ÉQUIPE DE STRATÉGIE MONDIALE DE GLEN RAVEN













#### JOHN MELSON

Vice-président, Planification stratégique Glen Raven Technical Fabrics

Planification commerciale stratégique - Chez Glen Raven depuis 13 ans - Auparavant chef de l'exploitation d'une entreprise de textiles et banquier d'affaires dans l'une des principales banques de New York - Licence d'économie du Middlebury College et MBA de l'Université du Michigan

#### **STEVE HUNDGEN**

Vice-président des ventes et du marketing Glen Raven Technical Fabrics

Direction des ventes multi-marchés – Chez Glen Raven depuis 22 ans - Parmi ses expériences de carrière, il a dirigé un fournisseur de premier plan de fils et de tissus -Licence de mathématiques de l'Université de Boston

#### **HUA LI**

Directeur général, Glen Raven Asia

Direction de la filiale asiatique - Chez Glen Raven depuis 9 ans - A dirigé l'équipe dans la création et la gestion de Glen Raven Asia - Expérience précédente dans des sociétés de textiles en Chine et en Indonésie - Licence dans le vêtement et la technologie textiles et maîtrise de technologie textiles de l'Université de la Caroline du Nord

# **CHIP FULLER**

Président/directeur général Strata Systems

Direction de l'activité géogrille internationale – Chez Glen Raven depuis 7 ans – Plus de 30 années d'expérience dans l'industrie des produits d'ingénierie civile – Licence en ingénierie océanique et MBA de l'Université atlantique de Floride

# **CRAIG YOKELEY**

Vice-président des opérations, Trivantage

Efficacité opérationnelle pour le réseau Trivantage - Chez Glen Raven depuis 14 ans - Auparavant, directeur des services de fabrication du centre de production de Sunbrella® à Anderson, en Caroline du Sud – Licence en ingénierie mécanique de l'Université de Caroline du Nord

#### **DAVID CORFMAT**

Directeur général des ventes, Dickson-Constant

Direction des ventes internationales - Chez Dickson depuis 18 ans - Auparavant, directeur des ventes industrielles auprès d'une société espagnole - A étudié à l'École supérieure du Commerce extérieur de Paris

# **EUGÈNE DELEPLANQUE**

Président/Directeur général

Direction de filiale internationale -Chez Dickson depuis 34 ans - Une expérience des ventes internationales et du marketing couvrant l'Amérique du Nord et du Sud, l'Afrique du Sud et l'Europe - A suivi des études universitaires dans les affaires et l'économie à Paris

#### **LEE WHITNEY**

Assistant-directeur général, Trivantage

Opérations en cours, ressources humaines, finances, informatique et service clientèle - Chez Glen Raven depuis 13 ans - Expérience préalable de la direction financière dans l'agriculture, les textiles et le secteur bancaire - Licence de gestion d'entreprise et d'économie du High Point College et MBA de l'Université de Wake Forest.

# **PATRICK RAGUET**

Directeur du marketing Dickson-Constant

Direction de la conception, du développement de produit, de la recherche et du développement, de la gestion de la marque et des communications intégrées - Expérience préalable dans l'édition internationale - Chez Dickson depuis 13 ans - A étudié à l'école de Commerce de l'IEA à Paris

# **PATTI BATES**

Vice-présidente, Opérations Glen Raven Technical Fabrics

Direction de plusieurs centres de fabrication
- Chez Glen Raven depuis 25 ans couvrant
l'ingénierie industrielle, les ressources
humaines, la planification, les achats, le
service clientèle et le développement de produit
- AA et AS du Peace College et licence de
gestion des textiles de l'Université de Caroline
du Nord

#### RANDY BLACKSTON

Vice-président des opérations Glen Raven Custom Fabrics

Direction des opérations notamment du centre de production Sunbrella d'Anderson, en Caroline du Sud - Chez Glen Raven depuis 21 ans, entre autres, dans l'équipe de conception de l'usine d'Anderson, l'ingénierie des processus, directeur de production et chef de la durabilité - Licence dans les textiles de l'Université de Clemson et associé dans la gestion industrielle et l'ingénierie de qualité du Tri County Technical College

#### **SUZIE ROBERTS**

Vice-présidente des ventes - Amériques Glen Raven Custom Fabrics

Direction des ventes couvrant les auvents, les articles marins et le rembourrage - Chez Dickson et Glen Raven depuis 23 ans, couvrant le service clientèle, les marchés des tissus résidentiels, informels et décoratifs - Ancienne étudiante de l'Université de Géorgie du Sud

#### THIERRY MOSA

Directeur général, Dickson PTL

Direction de la filiale française spécialisée dans les solutions de tissus techniques - Chez Dickson depuis 16 ans et notamment à la R&D, aux ventes, au marketing et à la direction d'équipe technique - Études d'ingénierie dans les textiles et la chimie des polymères

#### **VINCE HANKINS**

Directeur de l'activité industrielle Glen Raven Custom Fabrics

Gestion du marché et des produits pour les segments des auvents et marins - Chez Glen Raven depuis 22 ans dans les ventes techniques, le développement commercial et la direction au sein de diverses filiales - Licence de chimie des textiles de l'Université de Caroline du Nord

#### **XAVIER CHRISTOPHE**

Directeur général, Dickson Saint Clair

Directeur de filiale spécialisée dans les matériels pour bâches industrielles, tissus de protection solaire et tissus de médias imprimés - Chez Dickson depuis 25 ans dans la fabrication, le développement de produit, les ventes et le marketing - Licence en ingénierie mécanique de l'École centrale de Lyon

## **JOHN COATES**

Vice-président, chaîne d'approvisionnement Glen Raven Custom Fabrics/Trivantage

Direction stratégique de la chaîne d'approvisionnement pour Glen Raven Custom Fabrics et Trivantage – Chez Glen Raven depuis 19 ans en tant qu'ingénieur du processus d'entreprise, directeur d'ingénierie et viceprésident de la recherche et du développement - Licence en ingénierie industrielle de l'Université de Caroline du Nord



# SITES MONDIAUX GLEN RAVEN

## GLEN RAVEN, INC.

 Siège social Glen Raven, NC 336.227.6211

#### **GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS**

- Siège social Glen Raven, NC 336.227.6211
- Anderson Plant (usine) Anderson, SC 864.224.1671
- Burlington Plant (usine) Burlington, NC 336.227.6211
- Norlina Plant (usine)
   Norlina, NC
   252.456.4141
- High Point Showroom (salle d'exposition)
   High Point, NC 336.886.5720

#### **GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS**

 Siège social Glen Raven, NC 336.227.6211

- Burnsville Facility (installation)
   Burnsville, NC
   828.682.2142
- Park Avenue Facility (installation) Glen Raven, NC 336.229.5576

#### TRIVANTAGE

- Siège social Glen Raven, NC 336.227.6211
- Consolidated Distribution Center (centre de distribution regroupée) Mebane, NC 877.540.6803
- Texas Distribution Center (centre de distribution) Irving, TX 800.786.7610
- Washington Distribution Center (centre de distribution) Tukwila, WA 800.213.1465
- Southern California Distribution Center (centre de distribution)
   City of Industry, CA 800.841.0555
- Northern California Distribution Center (centre de distribution) Hayward, CA 800.786.7607

- Colorado Distribution Center (centre de distribution)
   Denver, CO 800.786.7609
- Florida Distribution Center (centre de distribution) Miami, FL 800.786.7605
- Georgia Distribution Center (centre de distribution) Lithia Springs, GA 800.786.7606
- Illinois Distribution Center (centre de distribution) Elmhurst, IL 800.786.7608
- Ohio Distribution Center (centre de distribution) Cleveland, OH 44113 800.786.7601
- Missouri Distribution Center (centre de distribution)
   Maryland Heights, MO 800.786.7603
- New Jersey Distribution Center (centre de distribution)
   Somerset, NJ 800.786.7602

## TRICAN CORPORATION

Mississauga, ON Canada 800.387.2851

#### **TUNALI TEC**

- Tunali Tec Cuernavaca Jiutepec, Morelos Mexique 800.00.88625
- Tunali Tec Guadalajara Guadalajara, Jalisco Mexique 800.00.88625
- Tunali Tec Cancun Cancun, Quintana Roo Mexique 800.00.88625

#### **DICKSON-CONSTANT**

- Siège social Wasquehal, France 33.(0)3.20.45.59.59
- Dickson-Constant Italia SRL Gaglianico, Italie 39.015.249.63.03
- Dickson-Constant GMBH Fulda, Allemagne 49.(0)661.380.82.0





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

- Siège social
- Distribution
- Fabrication
- Ventes/Service
- Logistique
- Pays où sont vendus nos produits

- Dickson-Constant Nordiska AB Göteborg, Suède 46.31.50.00.95
- Sales Office (bureau de vente) Barcelone, Espagne 34.93.635.42.00

#### **DICKSON COATINGS**

- Dickson PTL Dagneux, France 33.(0)4.37.85.80.00
- Dickson Saint Clair Saint-Clair de la Tour, France 33.(0)4.74.83.51.00

# STRATA SYSTEMS

 Siège social Cumming, Géorgie 800.680.7750

# STRATA GEOSYSTEMS (INDE)

- Siège social Mumbai 0091.22.40635100
- Daman Plant (usine) Bhimpore, Daman 91.260.2220160

- Hyderabad Sales Office (bureau de vente)
   Hyderabad
   0091.040.40037921
- Gurgaon Sales Office (bureau de vente) Gurgaon, Haryana 0091.9321728585

#### GEO SOLUÇÕES, (UNE SOCIÉTÉ STRATA)

- São Paulo, Brésil 11.3803.9509
- Rio de Janeiro, Brésil 11.7813.2008

#### **GLEN RAVEN ASIA**

- Siège social Jiangsu Province, Suzhou 86.512.6763.8151
- Sales Office (bureau de vente) Xuhui District, Shanghai 86.21.5403.8385
- Sales Office (bureau de vente) Haidian District, Pékin 86.10.6870.0138
- Sales Office (bureau de vente) Luohu District, Shenzhen 86.755.2238.5117

## SUNBRELLA/DICKSON GLOBAL

- Northern Latin America Sales Office (bureau de vente)
   Fort Myers, FL 239.466.2660
- Southern Latin America Sales Office (bureau de vente) Montevideo, Uruguay +59826013143
- Northern Pacific Rim Sales Office (bureau de vente)
   Xuhui District, Shanghai 86.21.5403.8385
- Vietnam Sales Office (bureau de vente)
   Ho Chi Minh City, Vietnam +84.8.38.27.72.01
- Indonesia Sales Office (bureau de vente) Jakarta, Indonésie 62.21.5289.7393
- South Pacific Rim Sales Office (bureau de vente)
   New South Wales, Australie 61.2.997.44393
- South Africa Sales Office (bureau de vente)
   Port Elizabeth, Afrique du Sud +27.(0)41.484.4443

## **GLEN RAVEN LOGISTICS**

- Siège social Altamahaw, NC 800.729.0081
- Laredo Office Laredo, TX 956.729.8030
- Mexico Sales Office (bureau de vente) Mexico, Mexique 525.55.561.9448
- New Jersey Terminal Avenel, NJ 800.729.0081
- California Terminal City of Industry, CA 800.729.0081
- Texas Terminal Laredo, TX 800.729.0081

#### R.J. STERN

Wilkinson, WV 800.292.7626