





Allen E. Gant Jr. **PRÉSIDENT ET PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL** 

Chers lecteurs,

L'un des points clés à retenir du Sommet de l'innovation Glen Raven 2016 est le commentaire simple mais fort de l'un de nos intervenants : « La créativité ne connaît pas de limites ». Cette phrase nous rappelle que l'innovation et le design sont indissociables et que les entreprises doivent tout mettre en œuvre afin de créer quelque chose d'utile à l'utilisateur final. Un autre intervenant a fait une remarque judicieuse : « Ne vous limitez pas à ce que vous avez fait aujourd'hui ». Après tout, sans limites ou frontières, nous sommes plus libres de penser et d'explorer de nouvelles idées, tout en maintenant un environnement qui favorise l'innovation et l'ensemble des possibilités qu'elle offre.

Le Sommet était conçu pour libérer nos esprits et nous rappeler à tous que nous sommes des innovateurs et des leaders visionnaires à notre façon. Il s'agit également d'un thème qui se retrouve dans le profil des consommateurs de ce numéro du magazine Raven, dont Awnings by Zip Dee, qui fut créé après que le fondateur a laissé libre cours au processus de réflexion et construit un meilleur auvent. S'il n'avait pas agi ainsi, sa femme aurait arrêté de faire du camping.

C'était d'une approche innovante dont l'emblématique hôtel O.Henry avait besoin au cours de la rénovation des auvents de la façade de l'un des bâtiments les plus reconnaissables de Greensboro, en Caroline du Nord. Les auvents sont généralement remplacés de l'extérieur mais cette opération s'est avérée irréalisable pour l'hôtel de 130 chambres. La solution ? Remplacer chaque auvent de l'intérieur. Penser hors des sentiers battus a également permis la création de Tumac Covers. Lorsque son fondateur démarra son entreprise de toile en 1958, il inclut une gamme de tauds. Elle fut la première entreprise de toile de Pittsburgh à en fabriquer, posant ainsi les premières pierres d'un succès qui perdure depuis maintenant près de six décennies.

Sugar House Awning Industries, nommée en hommage à l'une des plus anciennes communautés de Salt Lake City, célèbre 75 ans d'activités, un jalon que peu d'entreprises familiales réussissent à atteindre. Lors d'une interview avec le petit-fils du fondateur, nous avons appris que la vivacité et la volonté de diversification sont les clés du succès de l'entreprise. Une approche habile des affaires et un épanouissement personnel sont également les marques de fabrique d'Awning Works Inc. Ce qui commença comme une nouvelle aventure pour les deux époux s'est transformée en une entreprise familiale multigénérationnelle dont le petit-fils perpétuera peut-être un jour l'héritage.

La création de Thibaut nous ramène en 1886 et nous rappelle que le succès d'une entreprise sur plus d'un siècle n'est pas le fruit du hasard. Cela demande un travail acharné, de la persévérance et un certain enthousiasme pour s'adapter aux changements de goût de la clientèle. Cela nécessite également une certaine passion qui permet d'identifier la prochaine « nouvelle norme ». Presque tous les aspects de la vie changeront au cours des 130 prochaines années, y compris les styles de décoration d'intérieur, et, au fil de votre lecture, vous verrez que Thibaut a déjà une longueur d'avance.

Nous terminons ce numéro en nous penchant sur ce qu'il se passe lorsque l'on associe deux marques emblématiques mondialement connues pour leur innovation, leur expertise technique, leur performance et leur design: Sunbrella® et Dickson®. La réponse vous permettra d'entrevoir ce que les tissus à haute résistance rendront possible dans les décennies à venir.

Olla E. Hant, J.



Thibaut est devenu synonyme de superbes motifs traditionnels et transitoires dans des palettes de couleurs qui constituent sa marque de fabrique. Avec une connaissance approfondie des tendances du marché et des désirs des propriétaires, Thibaut est fier de créer des motifs uniques avec les tissus Sunbrella®. | Page 06

### RAVEN HIVER 2017 | N° 27

02

TROIS GÉNÉRATIONS DE SUCCÈS : SUGAR HOUSE AWNING INDUSTRIES, UNE ENTREPRISE FAMILIALE

08

THIBAUT : UNE PASSION POUR LES MOTIFS

12

AWNING WORKS INC. : MAGNIFIER LA BRODERIE

16

L'EMBLÉMATIQUE HÔTEL
O.HENRY À GREENSBORO
A CHOISI L'ENTREPRISE DIZE
POUR RÉNOVER SES AUVENTS

20

UN AIR QUI TROTTE DANS LA TÊTE : « ZIP-A-DEE DOO-DAH » INSPIRE LE NOM D'AWNINGS BY ZIP DEE 24

ÉDITION LIMITÉE : L'ART DE COLLABORER AU SERVICE D'UNE DÉCORATION RAPPELANT LE STYLE DE VIE DU YACHTING À LA FRANÇAISE

26

« TOUT DURE PLUS LONGTEMPS » CHEZ TUMACS COVERS

#### **EN COUVERTURE :**

SUGAR HOUSE AWNING INDUSTRIES EST CONVAINCU DE LA NÉCESSITÉ DE FABRIQUER DES PRODUITS DE LA PLUS HAUTE QUALITÉ POUR SES CLIENTS, Y COMPRIS POUR LA RÉSERVE NATURELLE DU LITTORAL DU GRAND LAC SALÉ DANS L'UTAH.

### TROIS GÉNÉRATIONS DE SUCCÈS:

### SUGAR HOUSE AWNING INDUSTRIES, UNE ENTREPRISE FAMILIALE

Au printemps 1941, le rêve de Walter O. Peterson de devenir le propriétaire d'une petite entreprise était sur le point de se réaliser. L'entrepreneur et un associé avaient chacun investi toutes leurs économies (un total de 1 500 \$, soit 25 000 \$ aujourd'hui en tenant compte de l'inflation) dans ce nouveau projet d'entreprise. Mais cela ne suffisait toujours pas.

« Mon grand-père travaillait comme comptable pour une entreprise d'auvents à la fin des années 30 lorsqu'il eut une inspiration soudaine et réalisa qu'il pouvait monter sa propre entreprise », comme l'a raconté Mike Peterson, président de l'entreprise que son grand-père avait créée, Sugar House Awning Industries. « Son associé et lui disposaient de 1 500 \$ à investir, mais avaient besoin de 2 500 \$ pour lancer leur nouvelle entreprise ».

Ce à quoi il a ajouté : « Après avoir rassemblé presque toutes leurs économies, ils empruntèrent le reste et ouvrirent leurs portes en 1941 ». « On parle d'une somme qui équivaut à plus de 42 000 \$ aujourd'hui, c'est dire à quel point ils étaient déterminés à réussir. Et quel succès ! »

« Nos clients connaissent le nom de Sunbrella et le fait que nous utilisions uniquement d'authentiques tissus Sunbrella nous donne un avantage compétitif dans notre industrie. »

MIKE PETERSON
Président de Sugar House Awning Industries

Sugar House Awning Industries, nommée en hommage à l'une des plus anciennes communautés de Salt Lake City, Sugar House, célèbre 75 ans d'activités, un jalon que peu d'entreprises familiales réussissent à atteindre. L'entreprise est devenue une autorité dans l'Utah en matière d'auvents, de tauds et de produits en toile, mais cela n'a pas toujours été facile.

Sugar House Awning a résisté aux multiples guerres, aux booms et aux crises économiques ainsi qu'à des décennies de croissance démographique. Moins d'une année après leur ouverture, les États-Unis entrèrent dans la Seconde Guerre mondiale. En raison du rationnement et des priorités imposées par la guerre, il était presque impossible de trouver ou d'acheter des tissus industriels, ce qui poussa les patrons à diversifier leurs activités pour maintenir leur nouvelle entreprise à flot. L'entreprise ajouta une gamme de peintures Sherwin-Williams à son entreprise d'auvents et changea son nom en Sugar House Awning and Paint Company, une dénomination qui dura plus de 30 ans.





« Être vif et chercher à se diversifier furent les clés du succès de l'entreprise », a affirmé Peterson. « La branche peinture de notre activité ne cessa qu'à notre déménagement dans une nouvelle usine en 1973. Mon grand-père avait décidé de se recentrer sur ses forces principales : les auvents ».

Sugar House Awning offre une gamme d'auvents résidentiels, dont des auvents pour patios et terrasses, des marquises de fenêtre et des auvents coulissants. Ses offres commerciales d'auvents incluent des auvents rétroéclairés, des abris de terrasse et des marquises, des auvents rétractables à bras latéral, des auvents à cadre rigide, des structures de tension et des voiles d'ombrage.

« Au début, les auvents étaient uniquement destinés à ombrager les fenêtres des maisons, des immeubles et des commerces », a dit Peterson. « Au fil du temps, les auvents résidentiels sont toutefois devenus autant des éléments de décoration que des produits utilitaires, et les auvents commerciaux sont de plus en plus utilisés comme enseignes principales des commerces ».

Les marquises coulissantes et les auvents de patio rétractables font partie des auvents résidentiels de Sugar House Awning les plus populaires. Les premières permettent aux propriétaires d'ajuster la quantité de lumière naturelle qui pénètre dans le patio tandis que les deuxièmes sont conçus pour offrir une ombre protectrice partielle ou totale. Du point de vue commercial, les solutions d'ombrage autoportantes offertes par les voiles d'ombrage sont de plus en plus populaires chez leurs clients.

« Nos clients résidentiels désirent une protection solaire pour leurs salons d'été alors que les clients propriétaires de commerces cherchent un usage qui rend la façade de leur bâtiment unique », a dit Peterson. « Nous sommes fiers d'offrir des solutions pour tous nos clients, quelle que soit leur manière d'interagir avec l'extérieur ».

C'est parce que Sugar House Awning croit en la production de produits de la plus haute qualité pour ses clients qu'elle utilise uniquement des matériaux haut de gamme comme les tissus Sunbrella® et qu'elle existe depuis plus de 45 ans.

« Nous sommes tout à fait convaincus que Sunbrella offre les tissus les plus performants sur le marché », a dit Peterson. « Nos clients connaissent le nom de Sunbrella et le fait que nous utilisions uniquement d'authentiques tissus Sunbrella nous donne un avantage compétitif dans notre industrie ».





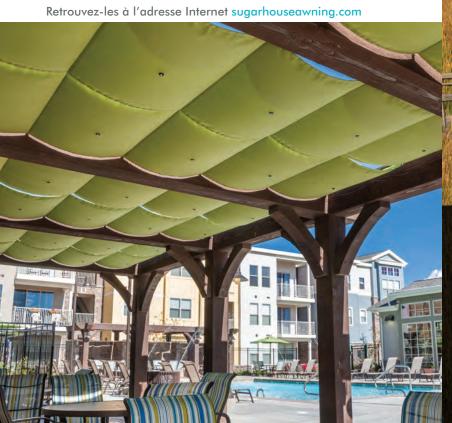
Pour Peterson, c'est grâce au partenariat de sa société avec Trivantage®, filiale de distribution de Glen Raven, qu'il reste informé des dernières couleurs et des derniers motifs disponibles pour les applications destinées à créer de l'ombre et celles destinées à la marine, dont les applications pour les toits biminis et tauds amovibles.

« Le mot "partenariat" a perdu de son sens dans le monde des affaires aujourd'hui, mais nous considérons Trivantage comme un partenaire commercial au sens premier du terme », a-t-il affirmé. « Ils nous contactent régulièrement non seulement avec de nouveaux produits, mais surtout avec de nouvelles idées. Ils nous sont d'une grande aide lorsque nous avons besoin d'avis et de conseils. Nous les contactons souvent pour discuter d'un produit ou d'une application et, en retour, ils nous offrent toujours des recommandations parfaitement adaptées ».

« En tant qu'utilisateur de Sunbrella de longue date, la sélection de tissus Sunbrella de Trivantage est plus conséquente », a poursuivi Peterson. « Ils offrent des Sunbrella de plus de 150 centimètres de large dans des couleurs que les autres fournisseurs ne proposent pas. Cent-cinquante centimètres de large, c'est une taille idéale pour nos applications, et le fait qu'elle soit proposée dans une si large gamme de couleurs nous permet d'offrir une prestation d'une valeur considérable à nos clients. Selon moi, un partenaire commercial est quelqu'un qui connaît son entreprise sous toutes les coutures et qui se dépasse constamment. C'est le cas pour Trivantage ».

Après sa retraite en 1979, Walter Peterson légua son entreprise à ses deux fils qui ont depuis légué leur part à leurs enfants. Aujourd'hui, neuf de ses enfants, petits-enfants et arrières-petits-enfants sont copropriétaires, dont Mike Peterson. La famille a relocalisé l'entreprise dans une usine à Midvale, dans l'Utah, en 2000 afin d'offrir un meilleur service aux clients d'auvents dans toute la région des montagnes de l'ouest, soit l'Idaho, le Colorado, le Nevada et le Wyoming.

« Nous nous estimons heureux de pouvoir poursuivre l'héritage et la renommée de notre grand-père dans la région des montagnes de l'ouest », a dit Peterson. « Après autant d'expérience, Sugar House Awning reste fidèle aux principes qui ont fait son succès durant trois quarts de siècle et nous continuerons à nous consacrer à nos clients ainsi qu'à la collectivité pour les générations à venir ».



Sugar House Awning a fait appel à Trivantage® pour les solutions d'ombrage d'un accueil des visiteurs à ciel ouvert dans la réserve du littoral du Grand lac Salé de 1 700 hectares. Cette réserve abrite l'une des plus importantes escales pour les oiseaux migrateurs de l'hémisphère occidental. La réserve, située au nord de Salt Lake City, comprend une promenade en bois permettant d'observer l'habitat des oiseaux. Sugar House Awning offre également une gamme d'auvents résidentiels, dont des auvents pour patios et terrasses, ainsi que des auvents commerciaux

destinés aux clients qui cherchent des applications pour rendre

la façade de leurs bâtiments unique.









# THIBAUT: UNE PASSION POUR LE MOTIF

1886 fut une année mémorable. La statue de la Liberté fut inaugurée. Un pharmacien d'Atlanta inventa ce qui devint le Coca-Cola. Karl Benz déposa le brevet de la première automobile à essence. Et c'est aussi l'année de naissance de Thibaut. Au cours des 130 dernières années, Thibaut a connu la Grande dépression, deux guerres mondiales, de multiples récessions et d'innombrables marasmes économiques et politiques. Malgré cela, la société basée au New Jersey n'a cessé de se développer, de prospérer, et détient aujourd'hui le titre de plus ancienne société de revêtement mural toujours en activité aux États-Unis.

Le succès d'une entreprise sur plus d'un siècle n'est pas le fruit du hasard. Seule une entreprise performante pouvait prévoir l'évolution des tendances, des marchés, de la démographie et des goûts des clients. Et Thibaut y est parvenu avec grâce et facilité, en effectuant des choix commerciaux dans son intérêt, mais en restant également à l'écoute des désirs et des besoins des clients.

C'est ce qui illustre l'évolution de Thibaut : entreprise de papiers peints à l'origine, elle s'est transformée en une firme de



décoration d'intérieur. En 1960, Thibaut introduisit sa première gamme de tissus et, en 2012, Thibaut Fine Furniture fut fondée. Au cours de ses années d'existence, Thibaut observa la réaction des designers et des clients aux nouvelles tendances et choisit les meilleurs motifs pour ses célèbres tissus, du « Flower Power » des années 60 au look traditionnel du début des années 90. Aujourd'hui, ces tendances semblent fusionner pour donner naissance à une combinaison de styles résolument moderne.

« Les tendances de tissus que nous voyons aujourd'hui sont différentes de celles du passé », a expliqué Stacy Senior, directrice générale du marketing et qui travaille chez Thibaut depuis 22 ans. « Plutôt que de favoriser un motif, une palette de couleurs ou des matériaux en particulier, les clients créent leur propre style distinctif en mélangeant et fusionnant des looks qui, d'ordinaire, n'iraient peut-être pas ensemble. Par exemple, il y a une résurgence du style traditionnel avec des motifs floraux et intriqués, mais les graphismes audacieux et géométriques restent tout aussi populaires ».

Même si une myriade de styles inonde le marché, un point commun émerge. De plus en plus, les clients recherchent des tissus performants avec une texture et une apparence rappelant les matériaux traditionnels et offrant une longévité résistant à l'usage quotidien.

« Le propriétaire d'aujourd'hui veut utiliser des produits qui durent », a expliqué Senior. « Cela s'étend au tissu d'ameublement et aux rideaux de ses fenêtres. Il désire un produit de qualité supérieure qui leur offre le meilleur rapport longévité/prix ».

On est toutefois loin d'un consensus ou d'une entente parmi les clients concernant les qualités qui constituent un tissu performant. Alors que de nombreux produits font l'article de la marque, l'essentiel d'entre eux doit suivre des instructions d'entretien spécifiques qui requièrent ou interdisent l'utilisation de produits chimiques et de nettoyants spéciaux. Lorsque Thibaut lança ses collections en présentant des tissus performants, les tissus Sunbrella® furent son choix immédiat.



« Les tissus Sunbrella sont de grande qualité et nous sommes convaincus par les normes et les tests de Glen Raven », a déclaré Senior. « Nous le savons car nous pouvons nous y fier, nous pouvons en faire la promotion auprès de nos clients en toute connaissance de cause, et c'est quelque chose dont nous sommes fiers. Les tissus personnalisés pour la maison sont un peu chers et c'est pourquoi nous voulons être sûrs que les clients acquièrent les matériaux qu'ils désirent et qui dureront des années. Ce n'est pas quelque chose que vous pouvez trouver chez toutes les maisons de tissus ».

Les tissus Sunbrella étant tissés pour une grande longévité, ils sont prêts à monter sur cadre dès l'achat. Cette particularité est très attractive pour les designers qui ne souhaitent pas avoir à traiter les tissus après l'achat au risque de compromettre leurs couleurs ou leurs textures. Même si le personnel de Thibaut était convaincu, il n'était pas sûr de faire écho chez les designers et clients.

« Au départ, nous pensions que lancer une gamme Thibaut Sunbrella pourrait se révéler difficile, car traditionnellement les designers considèrent que ces tissus sont destinés aux extérieurs, mais l'opportunité d'en faire des tissus d'intérieur est énorme », a expliqué Senior. « Lorsque vous pouvez fabriquer des tissus durables avec des fils de grande qualité, des textures douces et une très belle finition, rien ne doit vous empêcher de les utiliser en intérieur. C'est la direction que l'industrie a prise, et Glen Raven ainsi que Sunbrella sont à la pointe de cette tendance ».

Thibaut travaille avec Sunbury Textile Mills of New York, qui



œuvre en partenariat avec Glen Raven Custom Fabrics, pour développer leurs tissus exclusifs. Dans une relation typique fabricant-intermédiaire, l'usine fournit des motifs et des designs préfabriqués, mais la relation entre Thibaut et Sunbury est une collaboration sur la conception et l'exécution. Patricia Hoffman, manager et designer de tissage, travaille en étroite collaboration avec les associés du fabricant pour donner vie à ses motifs dans différents matériaux de luxe, dont les tissus en chenille, le jacquard et les tissus matelassés.

« Nous avons trouvé un véritable partenariat avec Sunbury », a déclaré Hoffman. « Nous sommes capables d'allier les concepts et motifs fantastiques de Thibaut à des tissus résistants, ce qui donne lieu à des créations de tissus performants pratiquement sans pareil. Dans un monde qui existe de plus en plus dans la sphère digitale, l'importance et l'impact de notre environnement physique ne peuvent pas être sous-estimés. Les gens souhaitent être entourés de matériaux confortables pouvant autant résister à un usage fréquent qu'aux produits d'entretien ménager ».

Lorsque Thibaut et Sunbrella sortirent leur première collection Sunbrella, Portico, en 2015, ce fut un succès immédiat. Après trois mois de ventes impressionnantes, Senior et Hoffman surent qu'ils avaient trouvé le produit que les clients cherchaient.

Thibaut considère désormais son partenariat avec Sunbury comme la marque de fabrique de l'entreprise qui répondra à une tendance de l'industrie en plein essor : privilégier des tissus d'intérieur haute couture nécessitant peu d'entretien. Ils ont sorti une seconde collection, Calypso, en 2016, et prévoient d'en sortir une autre en février 2017.

« Nous concevons les collections de manière à ce qu'elles soient toutes en harmonie », a déclaré Hoffman. « Les designers peuvent mélanger des tissus provenant de différentes collections et les utiliser dans une même pièce pour les rideaux, les repose-pieds, les têtes de lit, les canapés et les chaises. Ces tissus peuvent être utilisés ensemble dans chaque pièce de la maison pour presque tous les usages. Nos collections Sunbrella® ne s'étofferont que si nous ajoutons de nouveaux tissus à notre gamme ».

Presque tous les aspects de la vie changeront au cours des 130 prochaines années, y compris le style de décoration d'intérieur, les normes et les attentes. Senior et Hoffman savent que les premières collections Sunbrella de Thibaut ne sont qu'une première étape dans la tradition de faire entrer les tissus performants de haute qualité à l'intérieur des maisons.

« Les tissus performants vont devenir la nouvelle norme », a déclaré Senior. « Avec nos offres Sunbrella s'étoffant chaque année, nous sommes en mesure d'offrir à nos clients les meilleurs tissus dans des couleurs et des motifs uniques et inspirés qui font la renommée de Thibaut. Notre entreprise existe depuis longtemps parce que nous offrons à nos clients ce qu'ils attendent. Avec cette nouvelle gamme d'offres, nous sommes sûrs de rester pertinents et à la pointe des tendances dans un marché en perpétuelle mutation ».

Retrouvez-les à l'adresse Internet thibautdesign.com





# BUDDY BRE COFFEE

# AWNING WORKS INC.:

MAGNIFIER LA BRODERIE

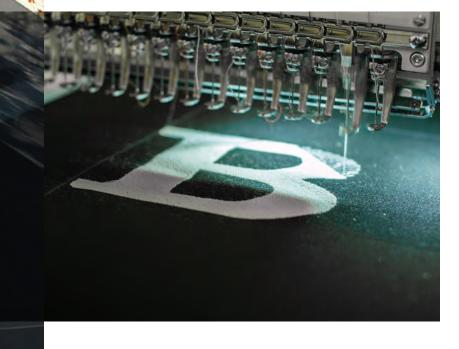
Lorsque Steven Schechner et sa femme, Deborah, ont acheté une entreprise d'auvents de Clearwater en Floride en 1985, ils n'imaginaient pas qu'elle deviendrait une entreprise familiale multigénérationnelle. Tout commença lorsque Schechner et sa femme quittèrent leur maison de New York pour déménager à des milliers de kilomètres et commencer une nouvelle vie dans un climat plus chaud.

« Nous avions décidé de changer de vie sans savoir ce qui nous attendait », déclara Schechner. « J'ai de la famille en Floride et ça me paraissait logique de me rapprocher d'eux. Nous n'avions aucune idée de ce à quoi nous allions nous consacrer là-bas ».

Avec une formation dans l'industrie aérospatiale et une vaste expérience dans le design et la fabrication, Schechner trouva du travail en tant que consultant, mais cette soif de changement ne l'avait pas quitté. Il réalisa que nouvelle maison rimait avec nouvelle carrière. Lorsqu'il tomba sur une publicité pour une entreprise d'auvents, Schechner sut qu'il avait trouvé sa nouvelle voie : Awning Works Inc était née.







La société débuta avec cinq employés dans une usine de 140 mètres carrés. L'activité se développa doucement au début avec la vente de 3 produits seulement : des auvents à double coque, des auvents en tissu et des fenêtres en vinyle. Mais les Schechner persévérèrent en étoffant leur gamme, en se basant sur les besoins des clients et en établissant des relations avec les soustraitants, les designers et les employés.

« Nous dirigeons notre entreprise comme une famille », a déclaré Schechner. « C'est ce qui nous rend uniques. Traiter les gens avec dignité et respect fait partie de la culture de notre entreprise et c'est la famille qui nous inspire cette philosophie ».

La famille ne fut pas toujours un élément constituant d'Awning Works. Schechner hésitait à faire rentrer ses deux fils, Jeremy et Jarrett, dans l'entreprise familiale, et les laissa plutôt poursuivre leurs passions. Enfants, les fils Schechner travaillaient à nettoyer le magasin et apprenaient comment fabriquer et installer les produits, mais, pendant longtemps, les garçons se consacrèrent à d'autres centres d'intérêt.

« Je ne voulais pas que nos fils se sentent obligés de reprendre une entreprise qui ne les intéressait pas », a expliqué Schechner. « Même si c'est votre entreprise, il ne s'agit pas uniquement de vous ».

Mais leurs fils revinrent et apportèrent avec eux une expertise issue de différents domaines. Son fils Jeremy créa la division e-commerce sur Internet en 2003 et dirige aujourd'hui l'ensemble des opérations liées au e-commerce. La femme de Jeremy, Wendy, rejoignit également la société en tant que vice-présidente du marketing. L'autre fils de Schechner, Jarret, détient une licence



d'entrepreneur général et s'occupe de la partie auvents de l'entreprise.

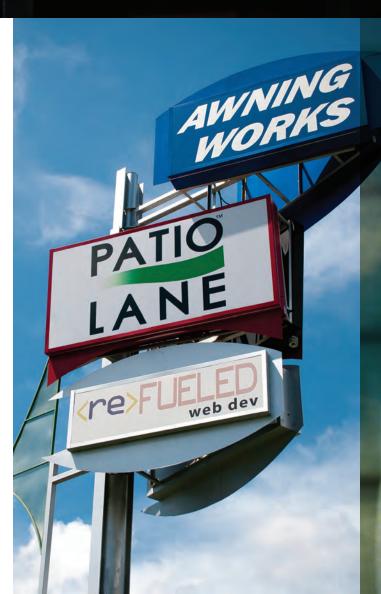
« Maintenant que les enfants sont impliqués, nous disposons de plus de ressources », a déclaré Schechner. « Nous sommes une entreprise familiale solide et nous nous orientons désormais vers une nouvelle voie de croissance ».

Avec le recul, Schechner ne pensa jamais qu'Awning Works connaîtrait une telle croissance. L'entreprise de 48 personnes a lancé une extension de 1 860 mètres carrés de l'espace consacré à la fabrication dans l'usine actuelle. L'entreprise dirige également de nombreux sites Internet et de nombreux magasins, dont sa marque phare Patio Lane.

« Les affaires décollèrent réellement au lancement de Patio Lane », a expliqué Schechner. « Le bâtiment est devenu une destination. Il y invite la communauté du design à venir collaborer avec leurs clients pour créer une approche holistique en matière de design d'un espace dans son intégralité, à l'intérieur comme à l'extérieur. Mais il n'est pas uniquement destiné aux designers : tout le monde y est le bienvenu. C'est un endroit où les gens peuvent bâtir une vision personnalisée de leur espace et lui donner vie ».

Une des plus grandes réalisations de Patio Lane est d'offrir à ses clients des produits personnalisés. Le logiciel propriétaire de création de coussins disponible sur le site Internet permet aux clients de créer des produits qui conviennent parfaitement à leurs besoins et de les commander en ligne. Patio Lane offre également la possibilité d'utiliser des fils de broderie Sunbrella® pour des oreillers ou des coussins décoratifs d'extérieur qui résistent vraiment aux UV.

Lorsque les fils de broderie Sunbrella furent initialement lancés sur le marché, la filiale de distribution de Glen Raven, Trivantage®, prit contact avec Awning Works pour lui demander de devenir le premier vendeur à offrir la broderie Sunbrella dans de larges formats. Désormais, Awning Works est la seule entreprise dans son domaine à pouvoir créer des projets personnalisés à grande



échelle résistant aisément aux conditions météorologiques les plus rudes. L'un de leurs premiers projets avec le fil de broderie Sunbrella fut un auvent personnalisé pour Buddy Brew Coffee, une entreprise de torréfaction basée à Tampa. Schechner et son équipe ont des objectifs internationaux et pensent pouvoir les remplir grâce à la personnalisation.

« Le fil de broderie Sunbrella va devenir la nouvelle norme pour la personnalisation des extérieurs », a déclaré Schechner. « Contrairement à d'autres entreprises, nous sommes prêts à relever le défi de faire des rêves de nos clients une réalité. Nous sommes l'entreprise phare pour ce genre de travaux et, grâce à notre collaboration continue avec Trivantage et Sunbrella, nous savons que notre entreprise continuera de se développer. »

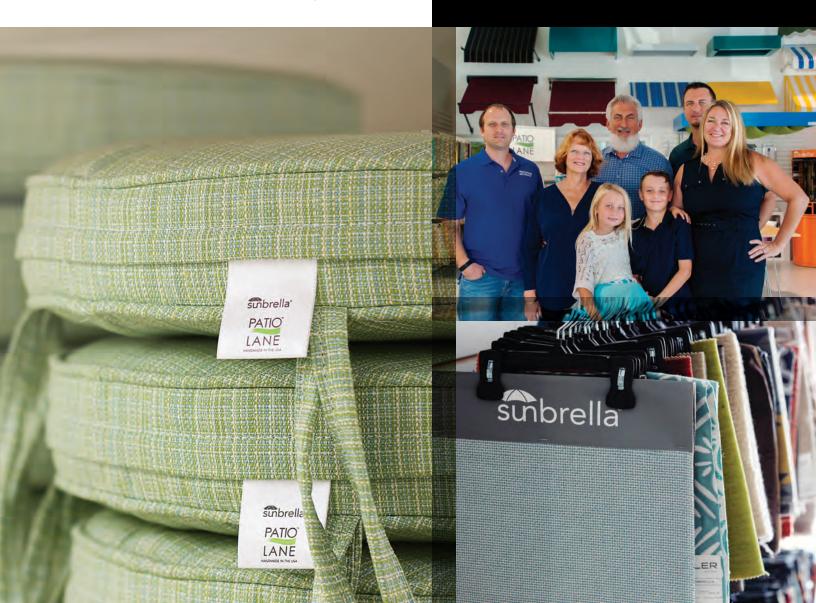
Malgré le potentiel de croissance, la famille reste le cœur d'Awning Works. Les petits-enfants de Schechner travaillent déjà au magasin, s'attelant à toutes les tâches : de l'effacement des tableaux blancs à la coupe d'échantillons de tissus, et même à la fixation d'œillets. Comme cela en avait été le cas avec ses enfants, Schechner offre simplement la possibilité de rejoindre l'entreprise, il ne l'exige pas.

« Mes enfants sont ce dont je suis le plus fier », a déclaré Schechner. « Je n'ai jamais pensé qu'ils reviendraient et maintenant ils dirigent l'entreprise. Nous disposons même d'un plan de succession dont nous discutons et sur lequel nous travaillons régulièrement. Et maintenant, nous prenons des décisions et bâtissons notre entreprise de manière à ce que, si nos petits-enfants désirent en faire partie, elle sera également là pour eux ».

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

« Contrairement à d'autres entreprises, nous sommes prêts à relever le défi de faire des rêves de nos clients une réalité. Nous sommes l'entreprise phare pour ce genre de travaux et, grâce à notre collaboration continue avec Trivantage et Sunbrella, nous savons que notre entreprise continuera de se développer. »

> STEVEN SCHECHNER Président d'Awning Works Inc.



# L'EMBLÉMATIQUE HÔTEL O.HENRY À GREENSBORO A CHOISI L'ENTREPRISE DIZE POUR RÉNOVER SES AUVENTS

Pénétrer dans l'Hôtel O.Henry à Greensboro en Caroline du Nord donne l'impression d'être propulsé dans une autre époque : celle où l'on participe au rituel de thé de l'après-midi avant de s'installer pour une soirée à écouter du jazz, dîner et danser. Le lobby richement décoré se pare de panneaux de bois élégamment sculptés, de somptueuses décorations de fenêtres, ainsi que des canapés et des chaises capitonnés qui invitent le visiteur à s'asseoir, se laisser absorber et profiter du temps. Levez les yeux pour lire le texte complet en relief doré du Cadeau des rois mages (The Gift of Magi), l'œuvre la plus célèbre du nouvelliste natif de Greensboro dont l'hôtel porte le nom.



Du taxi Checker de collection qui vous attend pour vous emmener au cœur de la ville, jusqu'aux chambres agencées avec goût, tout l'hôtel rappelle une certaine époque empreinte de magie que le fondateur Dennis Quaintance entreprit de créer avec sa femme, Nancy, lorsqu'ils eurent l'idée de créer l'Hôtel O.Henry il y a plus de 30 ans. Répliquant le design de l'hôtel original du même nom, situé dans le centre de Greensboro de 1919 à 1979, l'actuel établissement, construit en 1998, offre un regard vers le passé tout en épousant le futur. Le mariage entre les services d'un hôtel moderne et des éléments de conception extérieurs saisissants en font l'un des bâtiments les plus reconnaissables de Greensboro.

- « L'hôtel O.Henry est un bâtiment emblématique », a déclaré Fred Burke, président et PDG de l'entreprise Dize, un grand fabricant et distributeur d'auvents commerciaux et résidentiels, de bâches et de stores de la côte Est. Dize a récemment remplacé les 131 auvents qui constituent le design si raffiné de la façade de l'hôtel O.Henry.
- « L'hôtel est l'une des plus grandes structures de cette partie de la ville, et est à la fois très ensoleillé et très exposé aux éléments », a expliqué Burke. « Les auvents sont remplacés tous les sept ans de manière à ce que la façade reste aussi belle qu'à l'ouverture de l'hôtel il y a 18 ans ».







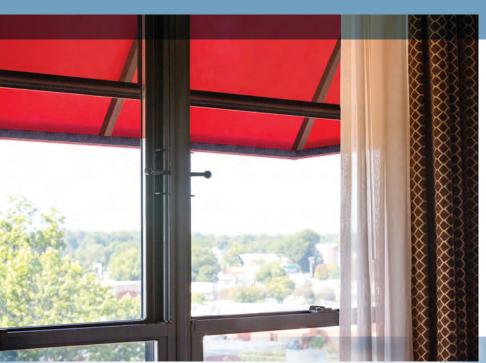
Habituellement, pour un projet de cette taille, Dize remplace les auvents depuis l'extérieur du bâtiment, mais cette tâche peut être difficile lorsque des clients séjournent dans l'hôtel. Offrir un produit fini de la plus haute qualité, avec un désagrément minimum pour les clients, exigea de la créativité de la part de Dize et de l'équipe du O.Henry.

« Il s'agissait d'un projet unique pour nous, car nous finîmes par remplacer les auvents depuis l'intérieur de l'hôtel plutôt que depuis l'extérieur », expliqua Burke. « Nous avons travaillé en étroite collaboration avec l'équipe du O.Henry tout au long du projet et avons également effectué un essai deux semaines avant la date prévue du début des travaux, de manière à résoudre d'éventuelles failles dans notre plan. C'est pourquoi, après avoir commencé, nous avons été en mesure de remplacer tous les auvents en seulement trois semaines et demie, ce qui était bien en deçà des cinq semaines initialement prévues ».

Pour chaque chambre, Dize a déployé une équipe de quatre fabricants/installateurs travaillant en étroite collaboration avec une équipe de quatre membres de l'hôtel O.Henry. Dans un

premier temps, l'équipe du O.Henry retirait les fenêtres de chaque chambre de manière à ce que l'équipe de Dize puisse déployer une flèche à l'extérieur de la fenêtre. L'auvent était ensuite désassemblé puis réassemblé sur place en utilisant un tissu d'auvent pourpre Firesist®, un standard dans l'industrie. L'équipe du O.Henry remplaçait ensuite la fenêtre pendant que l'équipe de Dize passait à une autre chambre.

« L'entreprise Dize travaille depuis longtemps avec Glen Raven, bien avant que Sunbrella n'arrive », a déclaré Burke. « Ce projet fut très intéressant car nous sommes une entreprise locale qui a pu utiliser les matériaux d'une autre entreprise locale de Caroline du Nord dans un hôtel local dont la mission est de représenter la communauté de Greensboro. L'hôtel O.Henry est le point de mire du paysage de Greensboro et nous sommes fiers d'appartenir désormais à son histoire ».



« Ce projet fut très intéressant car nous sommes une entreprise locale qui a pu utiliser les matériaux d'une autre entreprise locale de Caroline du Nord dans un hôtel local dont la mission est de représenter la communauté de Greensboro. »

FRED BURKE Président et PDG de l'entreprise Dize





## UN AIR QUI TROTTE DANS LA TÊTE : « ZIP-A-DEE-DOO-DAH »

#### INSPIRE LE NOM D'AWNINGS BY ZIP DEE

Henry Duda et sa femme, Lorraine, faisaient du camping dans leur caravane Airstream au milieu des années 60, lorsque Lorraine décida qu'elle en avait assez.

La caravane était équipée d'un simple auvent qui demandait une installation manuelle compliquée. C'était un travail nécessitant deux personnes. Il fallait premièrement faire coulisser le tissu le long de la rainure du profilé de l'auvent, une procédure qui demandait de la précision. Puis, une fois le tissu en place, Henry devait maintenir le profilé au-dessus de sa tête pendant que Lorraine installait les piquets. Et le duo devait ensuite travailler ensemble pour assembler les pièces de leur auvent.

« Simple, non? » a demandé Jim Webb, président d'Awnings by Zip Dee Inc., alors qu'il racontait une fois de plus comment les Duda devaient monter leur auvent manuellement lors d'un séjour en camping. « C'était une épreuve tellement frustrante et qui nous a pris tant de temps », lui a finalement avoué Lorraine. « Si nous devons monter cet auvent une fois de plus, j'arrête le camping ».

Comme cela arrive fréquemment, de nombreuses entreprises se créent lorsque quelqu'un identifie un problème et cherche à y trouver une solution. Ce fut le cas pour Awnings by Zip Dee, un fournisseur mondial de produits pour véhicules de loisirs. Après la déclaration de sa femme, Duda, à l'époque dirigeant d'une exploitation laitière prospère, s'attela à la construction de meilleurs auvents.

« Étant dans l'industrie laitière, Henry était conscient que l'acier

inoxydable était la clé de l'amélioration des structures d'auvents », a expliqué Webb. « Il a conçu un auvent pour son Airstream en utilisant de l'acier inoxydable pour presque tout l'ensemble : les profilés, les écrous et les boulons, les rondelles, les vis et le reste de la quincaillerie ».

Le résultat final a donné lieu à un auvent plus facile à installer, d'une plus grande durée de vie et sans rouille. Dès son installation sur sa caravane, un voisin l'a repéré et a demandé à Duda de lui en construire un. Duda abandonna rapidement sa laiterie et, en 1967, fonda sa nouvelle entreprise d'auvents qui avait besoin d'un nom.

Avec un clin d'œil à son nom de famille et l'énergie d'une chanson entraînante, Duda (prononcé doo-dah) ne put se sortir la mélodie « Zip-a-Dee-Doo-Dah » de la tête et le reste appartient à l'histoire.

Aujourd'hui, Zip Dee fabrique des auvents, des chaises pliantes, des housses de pneus et des tamis encastrés pour les marchés secondaires et les FEO (fabricant d'équipement d'origine). Chaque auvent Zip Dee est fabriqué de façon artisanale aux États-Unis et expédié dans le monde entier depuis le siège social situé à Elk Grove Village dans la banlieue ouest de Chicago où Zip Dee aide ses clients à identifier les accessoires dont ils ont besoin pour leur véhicule de loisirs.

« Notre entreprise est motivée par un simple objectif : réaliser les meilleurs produits de l'industrie pour les véhicules de loisirs », a







déclaré Webb. « Nous ne suivons pas l'industrie, nous la guidons. Personne d'autre que nous ne prend le temps de fabriquer chaque auvent sur mesure, d'utiliser autant d'acier inoxydable que possible ou d'offrir une finition à la main. Et personne ne peut prétendre rivaliser avec le nombre d'options et de personnalisations que nous proposons ».

Ne serait-ce que pour la couleur des auvents, par exemple. Zip Dee offre plus de 150 motifs ou couleurs de tissu, dont des motifs verticaux et des classiques unis disponibles dans toutes les nuances et tous les tons imaginables. Et les couleurs ne sont pas les seuls avantages offerts par Zip Dee. Contrairement aux normes de l'industrie, l'entreprise fabrique des auvents personnalisés dans pratiquement toutes les dimensions, de 275 cm à 700 cm de longueur, et dans toutes les tailles comprises entre ces longueurs, centimètre par centimètre.

« Henry m'a appris que la qualité doit être le mot d'ordre et c'est ce que nous mettons en valeur », a déclaré Webb. « Si quelqu'un souhaite un travail à bas prix, refuser cette opportunité ne me dérange absolument pas ».

Webb, un fabricant de voiles de formation, est devenu président de l'entreprise en 2005, lorsqu'avec deux collègues de longue date, Ron Mullins et Ursula Kaceynski, ils achetèrent l'entreprise au gendre de Duda, Bob Miller, qui en était devenu le président à la mort de Duda en 1985. Webb, les vice-présidents Mullins, à la tête de la fabrication, et Kaceynski, en charge de la sélection des tissus, dirigent une équipe de 30 employés qui ont fait des auvents Zip Dee pour véhicules de loisirs l'une des gammes de produits les plus complètes de l'industrie :

- Auvent automatique Relax Idéal pour l'installation d'un nouvel auvent automatique ou pour convertir un auvent de patio manuel Zip Dee avec un kit de rénovation.
- Auvent automatique Century à bras latéral Comme son nom l'indique, Century est entièrement automatique, manœuvré

- à l'aide d'une télécommande ou d'un interrupteur mural et conçu pour agrémenter la vie à bord d'un véhicule de loisirs.
- La série Évolution On ne peut plus confortable, extension de l'AutoAwn et des auvents automatiques pour fenêtres Évolution par simple pression d'un bouton.
- Auvent de patio Que les contours du véhicule soient droits ou courbes, Zip Dee dispose d'un auvent sur mesure et des matériels nécessaires pour créer le look parfaitement adapté.
- Auvents pour fenêtres ou portes et auvents coulissants Les auvents Zip Dee vous protégeront du soleil et de la pluie et vous offriront un surplus d'intimité.
- Accessoires Zip Dee développe continuellement des produits et accessoires innovants dans le respect de la tradition de l'entreprise qui est d'améliorer le style de vie.

Afin de correspondre à la philosophie de l'entreprise qui est d'acquérir des matériaux de la plus haute qualité seulement, chaque auvent Zip Dee est fabriqué avec des tissus Sunbrella®, un argument de vente important pour les clients familiers de cette marque emblématique. Zip Dee choisit Sunbrella depuis 1967 dans le cadre d'une relation qui comprend des conseils sur les dernières tendances concernant les couleurs et les motifs pour ses gammes de produits.

- « Sunbrella est une source constante d'inspiration conceptuelle », a déclaré Webb, en ajoutant que la filiale de distribution Trivantage® de Glen Raven est un partenaire important en raison de l'aide qu'elle apporte à l'entreprise pour toujours rester au fait de l'évolution des goûts du client.
- « Si nous sommes un leader de notre industrie, c'est en grande partie grâce à notre partenariat avec Trivantage », a-t-il ajouté. « Ce sont des visionnaires qui savent ce que nos clients veulent, et ils jouent un rôle majeur dans le développement de Zip Dee en tant que marque mondiale ».

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





### ÉDITION LIMITÉE:

#### L'ART DE COLLABORER AU SERVICE D'UNE DÉCORATION RAPPELANT LE STYLE DE VIE DU YACHTING À LA FRANÇAISE

Qu'obtient-on lorsque l'on associe deux marques emblématiques mondialement connues pour leur innovation, leur expertise technique, leur performance et leur design ?
Découvrez le 560 Imagine de Lagoon®, un catamaran de luxe en édition limitée, présentant une collaboration unique en son genre avec les marques de tissus performants Sunbrella® et Dickson de Glen Raven Custom Fabrics.

« C'est un partenariat unique car c'est la première fois que Sunbrella est autant impliquée en amont dans le processus de conception d'un bateau de cette taille », a déclaré Marie-Hélène Roeland, directrice marketing chez Dickson. « Le 560 Imagine est le résultat d'une détermination commune pour créer un nouveau design emblématique qui introduit le monde du yachting à une décoration rappelant le style de vie de luxe à la française ».

Même si la marque Lagoon utilise des tissus Sunbrella depuis plusieurs années, c'est la première fois que ces deux marques ont collaboré tout au long du processus de conception. La collaboration a réuni l'équipe de conception et l'équipe marketing de Dickson pour déterminer les motifs textiles à utiliser pour le bateau.

« Le monde du yachting est habituellement très traditionnel quant à sa sélection de tissus, mais à cette occasion nous avons choisi des tissus et des combinaisons de couleurs plus vifs qui apportent une touche d'audace et de créativité à ce catamaran », a déclaré Roeland. « Les tissus proviennent de différentes sources, dont nos collections marine, In & Out et de revêtements de sol. À l'intérieur, comme à l'extérieur, pour une maison ou un catamaran, ce partenariat démontre que l'on peut utiliser Sunbrella pour décorer tous les éléments de cette véritable maison flottante ».

Le 560 Imagine est exceptionnel de par son utilisation de textiles pour la conception de l'intérieur comme de l'extérieur de ses espaces, à l'instar des pièces à vivre d'une maison. La palette de couleurs présente des teintes de bleu, de beige sable et de gris taupe créant une harmonie élégante, moderne et raffinée. Les tissus choisis mélangent tissages, jacquards et autres textures intéressantes tandis que la confection, les finitions et les broderies personnalisées apportent une touche de luxe supplémentaire.

« Le 560 Imagine est un bel exemple de collaboration entre deux grandes maisons de design françaises qui partagent les mêmes valeurs de performance et de luxe », a déclaré Roeland. « Ce partenariat fait marcher le bouche-à-oreille et, nous l'espérons, donne à nos clients de nouvelles idées et de nouveaux désirs de design et d'originalité ».

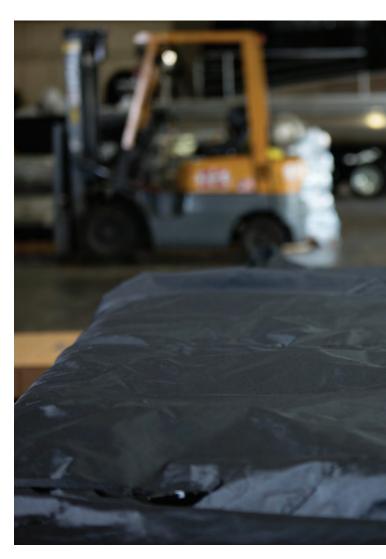




- Toits Biminis Les toits biminis de Tumacs sont disponibles dans une sélection de tissus d'une grande variété de couleurs et conçus avec soin pour offrir la meilleure protection. Fabriqué à la main et s'adaptant spécialement à chaque modèle de bateau, chaque taud est construit avec des matériaux spéciaux et des tissus destinés au nautisme pour assurer la meilleure performance et le moins d'entretien possible.
- Housses Tumacs peut également fabriquer une housse personnalisée dans toutes les tailles ou pour tous les styles de bateaux en utilisant les meilleurs matériaux de l'industrie. Des housses complètes ou partielles sont disponibles, la gamme est fabriquée aux dimensions exactes garantissant ainsi un ajustement parfaitement adapté.
- « Notre expérience, notre dévouement et l'efficacité de notre approche dans la fabrication de tauds playpen, de toits biminis et de housses ont fait en sorte que le nom de notre entreprise devienne une référence ainsi qu'une marque de confiance dans l'industrie du nautisme », a déclaré McCall. « Nous sommes également fiers de l'attention que nous portons aux détails. Gary et chacun de nos 55 associés usent de leur créativité et de leur savoir-faire pour fabriquer chaque taud de manière artisanale. C'est ce qui met Tumacs au-dessus du lot. »

Le succès de Tumacs peut également se mesurer au travers de son constant développement dans le Midwest. Tumacs a ouvert un centre de fabrication à Elkhart dans l'Indiana en 2006 pour approvisionner Bennington Pontoon Boats et l'entreprise a également commencé à fournir Forest River Marine depuis son usine de l'Indiana en 2009. En 2013, l'entreprise s'est implantée à Lansing dans le Michigan pour travailler avec Manitou Pontoon Boats et Apex Gillgetter. Ce sont tous des leaders sur le marché de l'industrie du nautisme, une distinction qui s'applique également à Tumacs.

« Nous parcourons de longues distances pour faire ce dont les fabricants de bateaux ont besoin, lorsqu'ils en ont besoin », a déclaré Chris Pressler, directeur général de l'usine de Tumacs à Elkhart. « Tout le monde peut fabriquer un bon taud. Nous fabriquons des tauds de qualité, mais ce qui nous distingue de nos concurrents est l'accent que nous mettons sur le service ».







Le service chez Tumacs est légendaire dans l'industrie et c'est en partie dû à la proximité par rapport à ses clients dans le domaine du nautisme. « Nos clients ont souvent besoin d'un changement de taud en quelques heures », a expliqué Pressler. « Ils ont une idée en tête et nous devons aller sur place à leur rencontre dans les 20 minutes qui suivent pour créer le motif. Nous retournons au magasin, développons un prototype et retournons sur place avec un produit fini qu'on peut expédier en moins de quatre heures ».

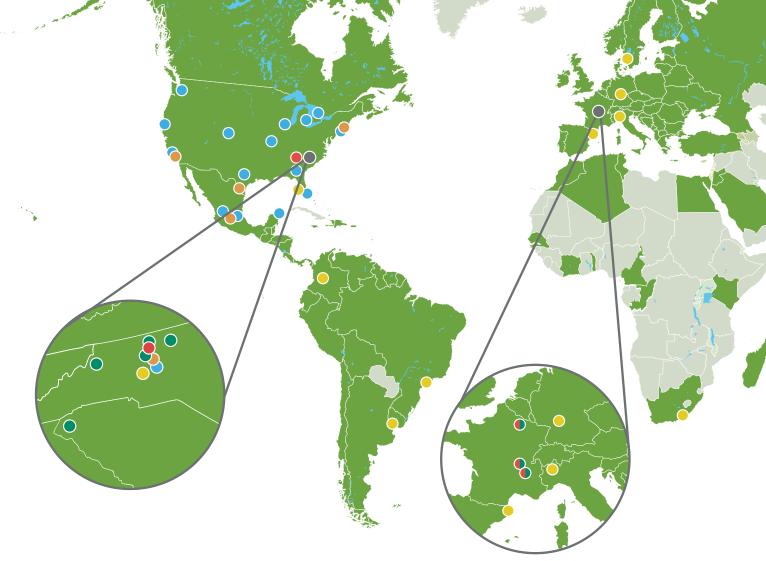
McCall a ajouté qu'en dehors du fait que son équipe fonctionne comme une machine bien huilée, les clients se tournent également vers Tumacs car ses tauds personnalisés sont fabriqués avec les meilleures toiles nautiques disponibles de l'industrie, Sunbrella® et Sur Last®. Les plaisanciers ont fait des tissus Sunbrella le numéro 1 des tissus en raison de leur beauté classique, de leur bonne résistance, de leur facilité d'entretien et de leur longévité. Quant à Sur Last, l'entreprise fabrique des tissus en polyester teinté dans la masse, idéals pour les tauds de véhicules nautiques à moteur.

« Nos clients demandent les produits Glen Raven par leur nom, spécialement Sur Last », a déclaré McCall, notant que ses clients ont gagné de nombreux prix J.D. Power pour la qualité générale de leurs produits. « Le tissu occupe une place idéale pour les tauds playpen des bateaux pontons, car c'est un tissu durable, résistant à la décoloration et à l'abrasion ».

Pour ce qui est de l'avenir, la stratégie commerciale de McCall est de favoriser la croissance organique avec ses actuels clients tout en gardant un œil sur les nouvelles opportunités commerciales du secteur des bateaux pontons en rapide expansion. Et, à l'âge de 60 ans, il travaille étroitement pour intégrer ses deux fils à son entreprise : Matt, 30 ans, directeur financier de l'entreprise et Rob, 25 ans, son chef d'exploitation.

« Notre stratégie de croissance consiste à développer les tauds un à un et pour aussi longtemps que les bateaux auront besoin de tauds. Nous voulons qu'ils portent le nom "Mac" », a déclaré McCall.

Retrouvez-les sur Internet à l'adresse tumacscovers.com



#### 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
- Usine Anderson Anderson, SC 864.224.1671
- Usine Burlington Burlington, NC 336.227.6211
- Usine Burnsville Burnsville, NC 828.682.2142
- Usine Norlina Norlina, NC 252.456.4141
- Salle d'exposition High Point High Point, NC 336.886.5720

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

- Siège social Glen Raven, NC 336.227.6211
- Usine Park AvenueGlen Raven, NC 336.229.5576

#### TRIVANTAGE

- Siège social Glen Raven, NC 336.227.6211
- Centre de distribution regroupée Mebane, NC 877.540.6803
- Centre de distribution Texas Irving, TX 800.786.7610
- Centre de distribution Washington Tukwila, WA 800.213.1465
- Centre de distribution Californie du Sud
   City of Industry, CA 800.841.0555

- Centre de distribution Californie du Nord Hayward, CA 800.786.7607
- Centre de distribution Colorado Denver, CO 800.786.7609
- Centre de distribution Floride Miami, FL 800.786.7605
- Centre de distribution Géorgie Lithia Springs, GA 800.786.7606
- Centre de distribution Illinois Elmhurst, IL 800.786.7608
- Centre de distribution Ohio Middleburg Heights, OH 800.786.7601
- Centre de distribution Missouri Maryland Heights, MO 800.786.7603
- Centre de distribution New Jersey Somerset, NJ 800.786.7602

#### TRICAN CORPORATION

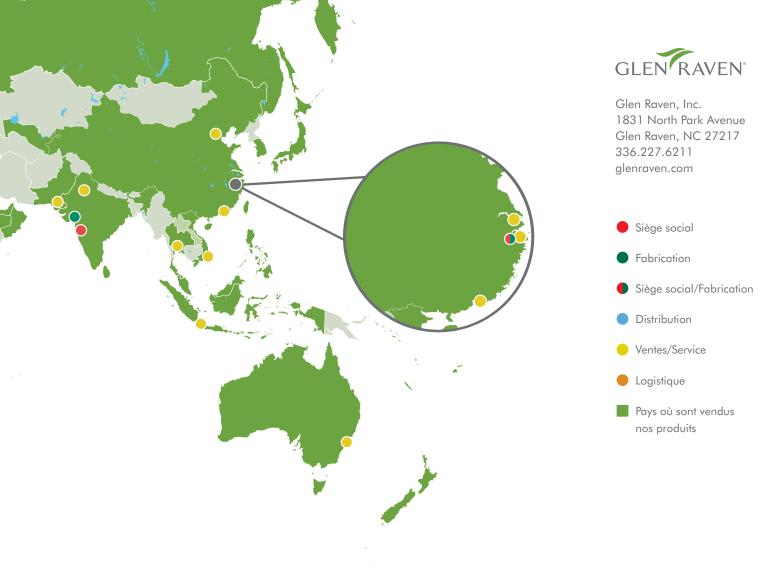
Mississauga, ON Canada 800.387.2851

#### **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
- Dickson-Constant Nordiska AB Frölunda, Suède 46.31.50.00.95
- 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, GA 800.680.7750

#### STRATA GEOSYSTEMS (INDE)

 Siège social Mumbai 91.22.406.35100

- Usine Daman Bhimpore, Daman 91.260.222.1060
- Bureau de vente Hyderabad Hyderabad 91.9949.361.706
- Bureau de vente Gurgaon Gurgaon, Haryana 91.9871.102.146

#### GEO SOLUÇÕES (UNE SOCIÉTÉ STRATA)

São Paulo, Brésil
 11.3803.9509

#### **GLEN RAVEN ASIA**

- Siège social Suzhou, province de Jiangsu 86.512.6763.8151
- Bureau de vente Shanghai, district de Xuhui 86.21.5403.8385
- Bureau de vente District de Xicheng, Beijing 86.10.8836.5210
- Bureau de vente Shenzhen, district de Luohu 86.755.2238.5117

#### SUNBRELLA/DICKSON GLOBAL

- Bureau de vente Amérique latine (Nord) Bogota, Colombie 57.310.461.0776
- Bureau de vente Amérique latine (Sud) Montevideo, Uruguay 59.89.9209.219
- Bureau de vente pourtour du Pacifique (Nord) Shanghai, district de Xuhui 86.21.5403.8385
- Bureau de vente Vietnam Ho-Chi-Minh-Ville, Vietnam 84.8.38.27.72.01
- Bureau de vente Indonésie Djakarta, Indonésie 62.21.5289.7393
- Bureau de vente pourtour du Pacifique (Sud) Nouvelle-Galles-du-Sud, Australie 61.2.997.44393
- Bureau de vente Afrique du Sud Port Elizabeth, Afrique du Sud 27.(0)41.484.4443
- Bureau de vente Amérique centrale Fort Myers, FL 239.466.2660

Bureau de vente Thaïlande Bangkok, Thaïlande 66.87.515.8866

#### **GLEN RAVEN LOGISTICS**

- Siège social Altamahaw, NC 800.729.0081
- Laredo Office Laredo, TX 956.729.8030
- Bureau de vente Mexique Mexico, Mexique 011.525.55.561.9448
- New Jersey Terminal Avenel, NJ 800.729.0081
- California Terminal City of Industry, CA 800.729.0081
- Texas Terminal Laredo, TX 800.729.0081