

A photograph of two men in suits standing in a brick building. The man on the left is wearing a blue patterned blazer and glasses. The man on the right is wearing a dark blue blazer. They are both smiling and looking towards the camera. The background is a brick wall and a wooden floor.

RAVEN

AUTOMNE 2017 | N° 28



Allen E. Gant Jr.
PRÉSIDENT

Chers lecteurs,

L'histoire de Glen Raven est faite de transformations. Depuis le lancement de la marque Sunbrella® en 1961, jusqu'à la mise en œuvre d'une stratégie mondiale dans les années 2000 qui nous a ouvert de nouveaux marchés en Europe, en Asie, en Inde et au Brésil, Glen Raven n'a eu de cesse d'évoluer. Ces environnements changeants ont parfois donné lieu à de nouvelles orientations en matière de gestion, chaque dirigeant adoptant un nouveau point de vue sur l'état de l'industrie et l'orientation de nos activités.

Quand mon père Allen Gant Sr. est devenu PDG en 1960, Glen Raven lançait un nouveau tissu performant et prospérait dans la production de collants et d'autres vêtements. À sa mort, en 1972, deux de mes cousins, Roger Gant Jr. et Edmund Gant, prirent la tête de Glen Raven durant les 23 années qui suivirent et au cours desquelles l'entreprise a dû se renouveler à de multiples reprises. Lorsque je suis devenu PDG en 1996, l'industrie textile américaine redéfinissait sa compétitivité à la lumière des accords de libre-échange et examinait les marchés internationaux potentiels.

Glen Raven en est ressortie plus forte que jamais. Aujourd'hui, la société fournit des tissus performants dans plus de 120 pays. Elle gère également des filiales nationales de distribution et de logistique. Je ne peux qu'imaginer ce que mon grand-père penserait aujourd'hui de l'entreprise qu'il a fondée en 1880, mais il concéderait sans doute qu'une entreprise en perpétuelle évolution a besoin d'un leader visionnaire. Le prochain PDG de Glen Raven en a l'étoffe.

Comme le révèle l'article de couverture de ce numéro, ma retraite en tant que PDG de Glen Raven a pris effet en octobre. Membre de la famille Glen Raven depuis près de 30 ans, Leib Oehmig est le nouveau directeur général de la société. C'est l'un des maîtres d'œuvre de la stratégie actuelle de Glen Raven axée sur la fourniture de solutions professionnelles aux clients. Sous sa direction, Glen Raven s'attend à connaître une croissance encore plus forte.

Les clients présentés dans ce numéro soulignent l'évolution de Glen Raven et donnent un aperçu de l'avenir de l'entreprise sous la direction de Leib. Gloster Furniture et Agio International présentent de nouvelles opportunités passionnantes pour Sunbrella, tandis que Pike Awning et son projet d'infrastructure en Inde soulignent la réussite d'une collaboration. Nous nous penchons également sur un problème épineux auquel fait face notre industrie : la pénurie chronique de travailleurs hautement qualifiés. Les efforts de Relgnite Hope à ce sujet ont été tout simplement étonnants.

La rubrique qui suit marque ma dernière contribution à ce magazine. Ce fut un honneur et un privilège de partager avec vous les différentes approches novatrices de nos clients soutenues par Glen Raven. Leib rédigera le prochain numéro, qui reviendra sur la complexité des activités commerciales mondiales. J'ai hâte de lire vos prochaines réussites.

Allen E. Gant Jr.



Depuis sa création il y a plus de 60 ans, Gloster Furniture a su traiter et magnifier le teck (un bois ancien) pour fabriquer des meubles d'extérieur d'une qualité remarquable. Depuis, l'entreprise a beaucoup évolué. La capacité d'adaptation et de croissance de Gloster est un atout essentiel qui contribue à sa longévité et à son influence.

| Page 06

RAVEN

AUTOMNE 2017 | N° 28

02

CHANGEMENT DE DIRECTION : LEIB OEHMIG, NOUVEAU PDG DE GLEN RAVEN, INC.

06

GLOSTER FURNITURE : CRÉER UNE MARQUE MONDIALE GRÂCE À UNE FABRICATION ET UN DESIGN DE QUALITÉ SUPÉRIEURE

10

QUELLE EST LA PLUS GRANDE PIÈCE DE TOUTE MAISON ? POUR AGIO CUSTOMERS, C'EST L'EXTÉRIEUR

14

PIKE AWNING : UNE TRADITION DE PERSONNALISATION ET DE SERVICE CLIENTÈLE

18

STRATA INDIA PROPOSE DES SOLUTIONS INNOVANTES POUR LA DÉCHARGE DE VAPI

20

DONNER EN RETOUR : LES FONDATEURS DE PATIO HEAVEN CRÉENT UNE ÉCOLE DE SOUDAGE POUR DONNER AUX AUTRES UNE DEUXIÈME CHANCE DE RÉUSSIR

EN COUVERTURE :

POUR LA PREMIÈRE FOIS DEPUIS PRÈS D'UNE GÉNÉRATION, UN NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL PREND LA TÊTE DE GLEN RAVEN, INC. SUITE AU DÉPART À LA RETRAITE D'ALLEN E. GANT JR., DONT LE GRAND-PÈRE A FONDÉ L'ENTREPRISE FAMILIALE EN 1880, LEIB OEHMIG (À DROITE) A ÉTÉ NOMMÉ PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL EN OCTOBRE 2017.



La fonction qu'occupait Oehmig à l'usine d'Anderson l'a propulsée président de Glen Raven Custom Fabrics, LLC, l'une des trois unités commerciales de Glen Raven, avec Glen Raven Technical Fabrics et Trivantage®. En 2013, il fut nommé président et chef d'exploitation ; postes qu'il a occupés jusqu'à sa nomination au titre de PDG.

Aujourd'hui, Oehmig dirige les activités de Glen Raven Inc. à l'international. Tandis que la société continue de se développer à travers le monde, Oehmig exerce son leadership pour garantir une culture de l'intégrité et de l'innovation tout en maintenant des normes élevées de qualité et de service, qui font la renommée de Glen Raven. C'est une description de poste qui cadre bien avec son style de leadership.

« J'ai le privilège de travailler aux côtés de nos associés, qui comptent parmi les meilleurs atouts de Glen Raven », déclare Oehmig. « J'ai également eu la chance d'apprendre des meilleurs au cours de ma carrière chez Glen Raven, y compris auprès de mon prédécesseur, qui mettait l'accent sur la collaboration et le travail d'équipe. »

Bien que Gant ait officiellement quitté l'entreprise fondée en 1880 par son grand-père, il demeure président du conseil d'administration de Glen Raven. Embauché en tant qu'ingénieur industriel en 1971, il a ensuite gravi les échelons jusqu'au poste de PDG, qu'il occupait depuis 1996. Après 21 années passées à la tête de l'entreprise, Gant mise sur le potentiel à long terme et la portée mondiale des solutions de Glen Raven sous la direction d'Oehmig.

« Le rôle de dirigeant exercé par Leib jusqu'ici lui servira en tant que prochain PDG de Glen Raven », a déclaré Gant. « C'est un leader réformiste et un maître d'œuvre de la stratégie actuelle de Glen Raven axée sur l'apport de solutions à nos clients. Ses capacités de dirigeant se ressentiront à travers l'empreinte mondiale de notre entreprise pour les années à venir. »

Il n'y a pas de meilleur exemple de l'évolution constante de Glen Raven qu'un projet ambitieux visant à redynamiser un centre de fabrication âgé de 117 ans, pour en faire le siège social mondial de Glen Raven Custom Fabrics. Situé sur le campus de Burlington (Caroline du Nord), le nouveau centre de design

L'ÉQUIPE DE DIRECTION DE GLEN RAVEN

Leib Oehmig, PDG de Glen Raven, dirige une équipe de neuf personnes chevronnées supervisant les trois unités commerciales de l'entreprise (Glen Raven Custom Fabrics, Glen Raven Technical Fabrics et Trivantage) et donne des conseils sur les questions relatives aux finances, au droit, aux ressources humaines, au marketing et aux technologies de l'information.

« L'objectif commun de la direction est d'offrir une expérience client exceptionnelle et de répondre chaque jour aux besoins de nos clients », a déclaré Oehmig. « Nous sommes avant tout une entreprise et notre équipe tend à apporter aux clients des solutions professionnelles adaptées. »



GARY SMITH
Vice-président senior,
trésorier et directeur
financier

Gary Smith a rejoint Glen Raven en 1998 en tant que directeur financier de Glen Raven Custom Fabrics LLC et Dickson®. Expert-comptable, Smith a obtenu une maîtrise en administration des affaires à l'université de Caroline du Nord à Chapel Hill. Avant de rejoindre Glen Raven, il s'est forgé une expérience de 20 ans au sein d'un cabinet comptable international dont il fut partenaire pendant 15 ans.



HAROLD W. HILL, JR.
Président de Glen Raven
Technical Fabrics

Harold Hill, Jr. est responsable de l'orientation stratégique des activités de production de Glen Raven dans le domaine de l'automobile, des vêtements de protection, des produits militaires, des géogrilles, des articles d'extérieur et de la logistique des centres de fabrication situés en Amérique du Nord, en Inde et au Brésil. Hill a obtenu une maîtrise à l'université d'Elon et un MBA à la Babcock Graduate School of Management de l'université de Wake Forest, où on lui a attribué une bourse Babcock.



STEVE ELLINGTON
Président de Trivantage

Steve Ellington dirige Trivantage, la filiale des services de distribution et marketing de Glen Raven. Il a rejoint la société en 1983 dans l'équipe d'ingénierie industrielle. Au cours de sa carrière chez Glen Raven, il a travaillé en tant que président et responsable des ventes nationales de Glen Raven Custom Fabrics – Global. Ellington est titulaire d'une maîtrise de l'université d'Elon et d'un MBA de la Bryan School of Business de l'université de Caroline du Nord, à Greensboro.



DAVID SWERS
Président de Glen Raven
Custom Fabrics

David Swers supervise la division qui fabrique et commercialise les marques Sunbrella et Dickson de tissus haute-performance à travers le monde. Il gère notamment les activités de Dickson-Constant, Dickson PTL et Dickson Saint Clair en France, ainsi que de Glen Raven Asie en Chine. Swers est titulaire d'une maîtrise en économie de l'université de Rochester et d'un MBA de l'université de Duke obtenu en 1984.

offrira un espace de travail novateur à l'équipe de Custom Fabrics afin de proposer de meilleurs services aux clients.

La visite du centre aux côtés des deux dirigeants vous inculque une leçon d'histoire et un aperçu de l'avenir de Glen Raven. Gant témoigne de la remarquable histoire du centre, puisque le premier mètre de tissu Sunbrella® fut tissé ici en 1961, tandis que Oehmig s'émerveille des interactions de Glen Raven avec les clients.

« Les employés, les clients et les partenaires y découvriront des idées créatives, tandis que les designers de Glen Raven aspireront à de nouveaux sommets en termes de design et de performance », a déclaré Oehmig. « Ce centre marque l'avenir de notre entreprise, qui impliquera plus de collaboration que jamais . »

« D'aussi loin que je m'en souviens, Glen Raven n'a eu de cesse d'évoluer », a ajouté Gant. « C'est ainsi que nous nous sommes

adaptés aux marchés sur lesquels nous opérons. Ce nouveau centre reflétera le rythme des innovations du XXI^e siècle et rappellera constamment à chacune de nos unités commerciales qu'il faut parfois provoquer le changement et pas seulement y répondre ou réagir . »

Alors qu'il entame sa fonction de PDG, Oehmig envisage d'insuffler ce changement avec son équipe dirigeante.

Je suis optimiste quant à la vision et aux stratégies mises en place pour servir nos clients sur les nouveaux marchés potentiels, y compris ceux auxquels nous n'avons pas encore pensé », a-t-il déclaré. « Nous avons la passion de servir nos clients et le désir de mériter leur confiance chaque jour, et je suis très enthousiaste à l'idée de commencer . »

Toujours en ayant retroussé ses manches, bien entendu.



LEIB OEHMIG, directeur général

Nommé président-directeur général de Glen Raven, Inc. en octobre 2017, Leib Oehmig dirige les opérations mondiales de l'entreprise. Tandis que Glen Raven continue de se développer à travers le monde, Oehmig exerce son leadership pour garantir une culture de l'intégrité et de l'innovation tout en maintenant des normes élevées de qualité et de service, qui ont fait la renommée du groupe. Depuis son arrivée chez Glen Raven en 1989, Oehmig a occupé des postes à responsabilité croissante, y compris celui de responsable de la construction et de la gestion du nouveau centre de fabrication de tissus Sunbrella d'Anderson (Caroline du Sud), d'une superficie de 93 000 mètres carrés. Oehmig a occupé le poste de président de Glen Raven Custom Fabrics avant d'être nommé président et directeur d'exploitation en 2013. Il est titulaire d'une maîtrise en gestion et d'un MBA de l'université de Clemson.



DEREK STEED

Vice-président senior, secrétaire et directeur juridique

Derek Steed a rejoint Glen Raven en 2012 après quinze années passées comme directeur juridique externe et avocat d'affaires pour des sociétés privées, tout en étant associé d'un cabinet d'avocats de Caroline du Nord. Steed est titulaire d'une maîtrise (mention très bien) du West Virginia Wesleyan College et d'une maîtrise en droit de la School of Law de l'université de Caroline du Nord.



SUE RICH

Vice-présidente, Ressources humaines

Sue Rich est en charge de tous les aspects de la gestion du capital humain et notamment du recrutement des talents, des relations avec les employés, des avantages sociaux et de la rémunération, ainsi que de la supervision des efforts de Glen Raven en termes de sûreté, de sécurité et de protection de l'environnement. Rich a rejoint Glen Raven en 1992 et occupé les postes de vice-présidente de l'entreprise et responsable de la planification stratégique. Elle est titulaire d'une maîtrise en Lettres et journalisme de l'université d'Elon.



HAL HUNNICUTT

Vice-président, Marketing

Hal Hunnicutt est responsable de la planification stratégique des communications, du positionnement de la marque et des programmes de communication marketing. Il a rejoint Glen Raven en 1995 en tant que directeur de la planification, puis a occupé le poste de vice-président du marketing pour Glen Raven Custom Fabrics. Hunnicutt est titulaire d'un BSBA de l'université de Caroline du Nord à Chapel Hill, d'une maîtrise en gestion du textile de l'université d'État de Caroline du Nord, et d'un MBA de l'université de Caroline du Nord à Chapel Hill.



ETHAN LANE

Directeur des systèmes d'information

Ethan Lane a rejoint Glen Raven, Inc. en 2016 en qualité de directeur général des systèmes d'information. Fort d'une grande expérience acquise dans plusieurs domaines du leadership informatique au sein d'organisations de fabrication, il met en avant le rôle de l'informatique dans le processus de planification commerciale de Glen Raven. Lane est titulaire d'une maîtrise en sciences de l'université Purdue et d'un Master en sciences de la Krannert School of Management de Purdue.



JE SUIS OPTIMISTE QUANT À LA VISION ET AUX STRATÉGIES MISES EN PLACE POUR SERVIR NOS CLIENTS SUR LES NOUVEAUX MARCHÉS POTENTIELS, Y COMPRIS CEUX AUXQUELS NOUS N'AVONS PAS ENCORE PENSÉ . »

LEIB OEHMIG
PDG de Glen Raven, Inc.

CHANGEMENT DE DIRECTION :

LEIB OEHMIG, NOUVEAU PDG DE GLEN RAVEN, INC.

Les installations de Glen Raven abritent toutes des associés comme Lawrence Lee, qui travaille depuis 20 ans dans l'usine de finition Glen Raven de Park Avenue, située sur le campus de Burlington (Caroline du Nord). Lee rayonne de fierté quand il parle de la famille Glen Raven et de la façon dont les dirigeants de l'entreprise le considèrent.

« J'ai passé plus de la moitié de ma vie chez Glen Raven. Les dirigeants et la famille Gant me considèrent comme l'un des leurs », déclare Lee. « Combien de fois Allen Gant et Leib Oehmig sont venus me trouver les manches retroussées. Nous avons à chaque fois une conversation profonde et je sentais qu'il leur fallait mon avis. C'est le respect, et c'est aussi comme cela que fonctionne une famille. »

Lee se souvient de sa rencontre avec Gant et Oehmig alors que les deux dirigeants de Glen Raven Inc. se préparaient à mettre en œuvre le premier plan de relève de la direction en une génération. À l'annonce du départ en retraite de Gant en 2013, Oehmig fut nommé président, directeur d'exploitation de Glen Raven avec l'optique de devenir PDG au départ de Gant. Aujourd'hui, la transition est actée et les deux hommes se préparent à assumer leurs nouveaux rôles auprès des clients de Glen Raven et de la famille élargie de l'entreprise.

« Je retrouve mes manches et dialogue avec nos associés car je veux entendre ce qu'ils ont à dire », a déclaré Oehmig. « Ils sont en première ligne quand il s'agit de concrétiser des projets. » Leur contribution est inestimable pour Glen Raven qui conçoit des solutions innovantes visant à améliorer la vie de tous. »

Depuis son arrivée chez Glen Raven en 1989, M. Oehmig a occupé des postes à responsabilité croissante, y compris celui de responsable de la construction et de la gestion du nouveau centre de fabrication de tissu Sunbrella® d'Anderson (Caroline du Sud), d'une superficie de 93 000 mètres carrés. C'est là qu'il s'est tout naturellement imposé aux côtés de la direction et de ses collègues.

« L'un des atouts de Glen Raven, c'est que chacun, indépendamment de son poste ou de sa localisation géographique, se considère comme un membre d'une même équipe, celle de Glen Raven », a-t-il déclaré. « Cette approche du travail d'équipe nous permet d'avancer dans les meilleures conditions. Je ne suis pas le seul à travailler dur. Nous y contribuons tous ensemble. »



Femme | Lisa
Enfants | Hunter (19 ans), C.G. (21 ans), Ariail Siggins (26 ans)



Ville natale |
Anderson (Caroline du Sud)



Fan inconditionnel des
Tigers de Clemson



Premier poste chez Glen Raven | Stagiaire en gestion



Centres d'intérêt | Sorties en bateau sur le lac Hartwell et l'île Pawleys (Caroline du Sud)

GLOSTER FURNITURE :

CRÉER UNE MARQUE MONDIALE GRÂCE À
UNE FABRICATION ET UN DESIGN DE
QUALITÉ SUPÉRIEURE



Au cœur des forêts tropicales indonésiennes, le temps semble s'être figé. Loin de l'agitation urbaine, les sons de la ville ont laissé place au calme plat, ponctué par le bourdonnement des insectes, le gazouillis des oiseaux et les cris occasionnels d'un animal invisible. C'est ici que pousse lentement le teck, qui deviendra ce bois résistant et durable à la base des meubles intemporels de Gloster.

Depuis sa création il y a plus de 60 ans, Gloster a su traiter et magnifier le bois ancien pour fabriquer des meubles d'extérieur d'une qualité remarquable. Depuis, l'activité - et le monde - a

beaucoup changé. Le président de Gloster, Eric Parsons, affirme que la capacité d'adaptation et de croissance de l'entreprise est un atout majeur qui contribue à sa longévité et à son influence.

« Au départ, il s'agissait d'un partenariat avec l'Afrique de l'Ouest », déclare Parsons. « Au fil du temps, nous avons modifié notre approche en délocalisant la fabrication à Singapour et l'approvisionnement en bois en Indonésie, ainsi qu'une usine, une scierie et un four. À cette époque, nous fabriquions des meubles pour d'autres marques. La marque Gloster telle que nous la connaissons aujourd'hui était encore en développement.

« NOUS DEMANDONS TOUJOURS À NOS CONSOMMATEURS CE QU'ILS SOUHAITERAIENT AJOUTER À LEUR EXTÉRIEUR POUR MIEUX RÉPONDRE À LEURS BESOINS. »

ERIC PARSONS, président

Au début des années 90, il était logique pour nous de lancer notre propre marque. C'est ainsi que nous avons racheté Gloster, une entreprise anglaise de Bristol fabriquant des bancs et des chaises, et lancé notre propre ligne de meubles en teck. Comme vous pouvez le constater, notre histoire est intrinsèquement mondiale . »

Selon Svend Loevbjerg, PDG du groupe Gloster, le caractère mondial de l'entreprise est un de ses atouts uniques.

« Aujourd'hui, nous sommes présents sur 65 marchés à travers le monde », déclare Loevbjerg. « Chaque fois que l'on aborde un aspect de notre activité, qu'il s'agisse du design, de la fabrication ou du marketing, nous le faisons dans un contexte mondial. Nos clients ne viennent pas seulement de pays du monde entier, ils voyagent aussi beaucoup. Ils connaissent la qualité des meubles proposés dans le monde entier et achètent les meilleurs produits . »

Afin d'offrir à ses clients un savoir-faire sans pareil, Gloster investit massivement dans ses infrastructures de fabrication.



« Nos racines reposent dans la fabrication de meubles », déclare Loevbjerg. « Nous ne cessons d'améliorer nos processus en investissant dans des machines automatisées qui nous permettent de reproduire les détails de chaque pièce et de produire avec un rendement intéressant. Nous disposons de machines-outils à commande numérique qui peuvent effectuer jusqu'à 12 opérations sur un même morceau de bois. Ce qui nous prenait deux jours à la main, on peut le faire aujourd'hui en moins d'une heure. Alliez nos capacités de fabrication à l'importance que nous accordons au design de haute couture et vous obtenez des meubles uniques sur le marché . »

« Nous sommes une entreprise de fabrication, qui touche aussi au domaine de la mode », ajoute Parsons. « En tant que multinationale, nous travaillons avec des designers indépendants du monde entier pour créer des meubles destinés à une clientèle haut de gamme ; meubles qui sont fabriqués dans une variété de matériaux tels que le teck, l'aluminium, l'acier inoxydable, les fibres tissées, les tissus imperméables, la céramique et bien d'autres . »

Selon Parsons, le client est au cœur de tout ce que fait Gloster. Cette approche centrée sur le client conduit à des innovations révolutionnaires, telles que les collections Salons d'extérieurs de Gloster, caractérisées par les tissus Sunbrella® Rain appliqués aux meubles d'extérieur à coussins fixes. Depuis leur lancement il y a cinq ans, ces meubles représentent une grande part des ventes de Gloster.

« La plupart de nos clients possèdent plusieurs propriétés et ne peuvent pas toutes y habiter en même temps », explique Parsons. « En leur absence, ils préfèrent donc protéger leurs meubles, surtout quand il y a des coussins. Nos housses de protection sur mesure ont connu un franc succès. Nous demandons toujours à nos consommateurs ce qu'ils souhaiteraient ajouter à leur extérieur pour mieux répondre à leurs besoins. »

C'est ainsi que Gloster a décidé d'utiliser les fils et tissus Sunbrella pour tous ses meubles d'extérieur. Depuis 2016, tous les tissus utilisés dans les meubles Gloster proviennent de Sunbrella, tandis que les fils utilisés pour les tapis et accessoires Gloster sont aussi exclusivement Sunbrella.

C'est notre première saison complète avec une offre de tissus 100 % Sunbrella », déclare Parsons. « Nous n'avons pas hésité. Sunbrella



est une marque reconnue dans notre industrie et en qui les consommateurs ont confiance. Elle a le double avantage d'avoir une grande reconnaissance et d'offrir des performances éprouvées. Les gens n'achètent pas souvent des meubles d'extérieur, ils doivent donc être beaux et durables. Sunbrella garantit les deux . »

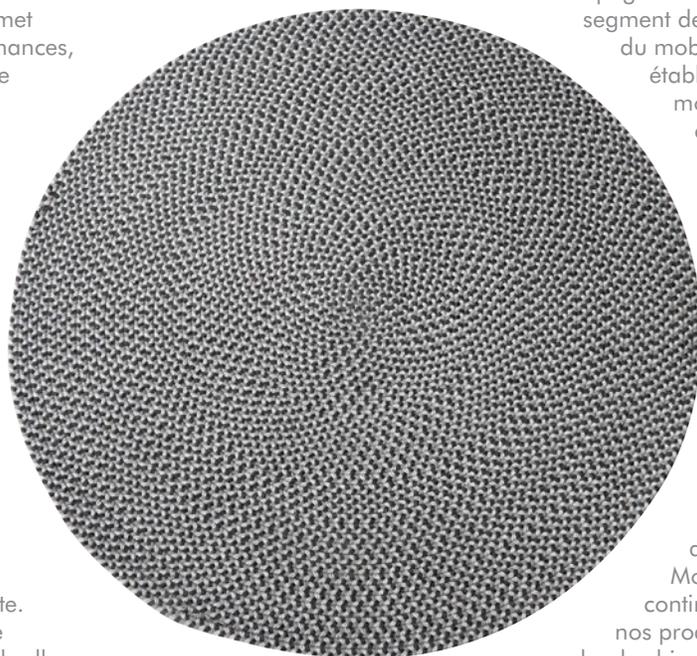
Parsons ajoute que Sunbrella, qui met l'accent sur le design et les performances, rejoint l'approche de Gloster et que l'accent mis récemment sur les applications intérieures de tissu traditionnellement d'extérieur résonne avec l'effort actuel de Gloster pour brouiller la frontière entre l'intérieur et l'extérieur.

« Nos consommateurs sont très attachés au style haut de gamme de leurs espaces intérieurs, c'est pourquoi nous voulons l'intégrer dans nos designs extérieurs », a déclaré Parsons. « Le goût et le style des gens ne changent pas lorsqu'ils s'installent à l'extérieur, mais la plupart des meubles d'extérieur n'en tiennent pas compte. Nous voulons créer une expérience homogène. L'arrivée des tissus Sunbrella sur le marché de l'intérieur nous permet d'accroître nos performances en extérieur et apporte un style très tendance . »

Gloster propose maintenant des accessoires pour compléter l'espace de vie extérieur, y compris des tapis et des paniers en

fil Sunbrella. Le dispositif d'éclairage Cocoon de Gloster a récemment remporté le Red Dot Award 2017 pour son design, un prix international récompensant les produits innovants.

« Comme le souligne Eric, le marché de l'extérieur reflète de plus en plus les offres intérieures axées sur le design », déclare Loevbjerg. « C'est particulièrement vrai dans le segment de l'hospitalité. Au lieu d'ajouter du mobilier extérieur après coup, les établissements hôteliers utilisent du mobilier extérieur pour se démarquer, comme ils le font avec leurs espaces intérieurs. C'est l'avenir du design extérieur . »



Loevbjerg a une vision bien précise de l'avenir de Gloster : s'implanter sur les marchés du monde entier pour offrir le meilleur service et les meilleurs produits d'aménagement extérieur haut de gamme.

« Je pense que l'orientation est claire pour nous », a-t-il ajouté. « Alors que nous ciblons de nouveaux marchés, y compris le Moyen-Orient et l'Asie, nous devons continuer à développer notre marque et nos produits sans oublier notre histoire. Le leadership du design est notre avenir, mais il restera toujours lié à notre passé d'artisanat de qualité . »

Disponible sur gloster.com



QUELLE EST LA PLUS GRANDE PIÈCE D'UNE MAISON ?

POUR AGIO CUSTOMERS, C'EST L'EXTÉRIEUR

Les meubles d'extérieur ne se limitent plus aux salons de jardin et aux chaises longues. Leader de l'ameublement d'extérieur haut de gamme, Agio propose à ses clients une grande variété d'options : des sièges confortables à l'assise profonde, des coins feu extérieurs, des bars extérieurs et accessoires, qui s'adapteront à n'importe quel décor.

Du style épuré et moderne aux collections plus traditionnelles, le design avant-gardiste d'Agio et la durée de vie de ses produits se distinguent, surtout lorsqu'ils sont combinés avec des tissus Sunbrella®. Sunbrella n'est qu'une façon pour Agio de s'assurer que ses clients peuvent montrer à leurs amis et voisins qu'ils savent décorer et recevoir.

Dans une récente interview, Bob Gaylord, président d'Agio USA, a évoqué ses débuts dans l'industrie du mobilier d'extérieur, l'évolution des goûts des consommateurs et la façon dont ces derniers peuvent donner vie à leurs espaces extérieurs avec Agio.

Nous célébrons cette année le 40ème anniversaire de notre relation commerciale et l'une des plus longues et fructueuses associations entre deux sociétés distinctes de notre industrie. Des dizaines d'associations de ce type entre fabricants chinois et entités marketing américaines ont vu le jour, mais aucune n'a connu autant de succès ou n'a duré aussi longtemps. C'est notre inspiration individuelle et collaborative qui nous a permis de réaliser le rêve de toute une vie avec Agio.

COMMENT AGIO ARRIVE-T-ELLE À ANTICIPER L'ÉVOLUTION DES GOÛTS DES CLIENTS ?

Au début des années 80, nous avons commercialisé de véritables salons de jardin par l'intermédiaire des grands détaillants et des centres d'aménagement à travers les États-Unis. Avant cela, 99 % des propriétaires achetaient des tables de pique-nique en bois et des meubles pliants pour profiter de leur jardin.



QUELLE A ÉTÉ L'INSPIRATION DERRIÈRE LA CRÉATION D'AGIO ?

Les origines d'Agio remontent aux années 1970. J'ai commencé dans l'industrie du mobilier de plein air en 1971, en fabriquant des tables de pique-nique et des produits d'extérieur. En 1977, j'ai participé à la création de la société Franklin Cast Products, qui importait des poêles à bois en fonte de Taiwan. C'est là que j'ai rencontré mon futur partenaire commercial : Oliver Wang. La société est ensuite devenue Omni Products, première société à importer des meubles d'extérieur en PVC extrudé et aluminium extrudé de Taiwan. Par la suite, Omni a été vendue à une société publique et, en 1989, Oliver Wang a fondé Agio, fabricant de meubles d'extérieur en Chine. La même année, j'ai fondé une société distincte, Agio USA, avant de reprendre le développement de produits, le marketing, les ventes et le service clientèle exclusif d'Agio International aux États-Unis, au Canada et au Mexique.

Réfléchissez une minute. Pour la plupart, seuls les ménages aisés pouvaient s'offrir autre chose que du mobilier de jardin jetable.

Quand nous avons lancé Agio, notre industrie était en pleine croissance et elle n'a pas encore atteint son plein potentiel. Le rôle d'Agio consistait à proposer du mobilier de jardin plus abordable aux segments spécialisés et de masse de notre industrie. En 2005, notre entreprise a dépassé les 300 millions de dollars de chiffre d'affaires annuel, faisant de nous la plus grande entreprise de l'industrie. Mais plus important encore, le consommateur américain a commencé à voir le potentiel de cette « pièce extérieure », qui pour la plupart est le plus grand espace pour recevoir la famille et les amis. Nous nous sommes alors concentrés sur la compréhension et la satisfaction des besoins des consommateurs.

DÉCRIREZ LES PRINCIPALES TENDANCES ACTUELLES DE L'INDUSTRIE DU MOBILIER DE JARDIN. COMMENT AGIO SUIT-ELLE CES TENDANCES ?

Je classerais les tendances actuelles de l'industrie et les innovations d'Agio en réponse à ces dernières en quatre catégories.

Les grands salons

Avant les années 80 et 90, la plupart des salons de jardin étaient constitués de cinq éléments ; généralement quatre chaises et une table ronde. Si à l'époque ce mobilier était plus décoratif que fonctionnel, il n'est aujourd'hui pas rare de se retrouver à plus de quatre personnes autour d'une table. Agio s'est vite rendu compte que les grands salons de six, huit ou même dix personnes représentaient un fort potentiel de marché. Nous avons également constaté que, même si 90 % de nos tables étaient constituées d'un plateau en verre trempé, les gens n'aimaient pas nécessairement les tables en verre ou se méfiaient de leur solidité. Nous avons donc réorienté les offres d'Agio vers des plateaux en aluminium coulé, en pierre, en porcelaine et en faïence. Aujourd'hui, le verre ne représente que 2 % de nos ventes de tables.

La pièce extérieure

Je crois que la force et la position d'Agio sur le marché ont véritablement renforcé l'idée de la pièce extérieure, car nous étions parmi les entreprises les plus prospères à proposer le concept. Lorsque les consommateurs ont vraiment commencé à utiliser leur pièce extérieure, ils se sont rendu compte que manger était l'affaire d'une vingtaine de minutes. Alors que l'on peut y passer des heures à se détendre, lire ou se divertir. Des fauteuils à l'assise profonde étaient plus à même de répondre à ces besoins qu'un salon traditionnel. Les versions en osier toutes saisons de tables et fauteuils à l'assise profonde ont largement contribué à notre croissance. Agio fait d'ailleurs aujourd'hui plus de 100 millions de dollars par an de chiffre dans cette catégorie.

Les fauteuils à l'assise profonde

La plus grande tendance au cours des dix dernières années a probablement été l'émergence des fauteuils à l'assise profonde. Les salons avec canapé et fauteuils, des tables basses réglables en hauteur et des bouts de canapés, ou les salons à quatre fauteuils profonds, ont redéfini la catégorie. Avant cela, les canapés ou fauteuils à l'assise profonde étaient des articles exclusivement proposés à un petit nombre.

Les foyers à gaz portables

L'introduction d'Agio la plus réussie reste sans doute le foyer à gaz, lancé en 2002. Les sondages auprès des consommateurs ont indiqué que le feu était le deuxième, sinon le premier élément sur les listes de souhaits pour la décoration extérieure. Bien que les foyers à bois existaient depuis des années et que les entrepreneurs fabriquaient des foyers à gaz sur mesure pour quelques milliers de dollars, nos foyers portatifs au gaz naturel ou au propane ont connu un succès sans précédent. Ces 10 ou 15 dernières années, nous n'étions qu'une poignée à fabriquer ce type de foyer. Aujourd'hui, il existe des centaines de fabricants. Le salon avec foyer au gaz est le produit phare de presque tous les détaillants et probablement le segment de notre industrie qui connaît la plus forte croissance. Cette catégorie n'était que très peu développée avant 2002.

QUELS SONT LES MEILLEURS ATOUTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

Vous apprenez beaucoup lorsque vous êtes en activité depuis près de 40 ans, surtout dans une industrie qui a connu tant de changements au cours des deux dernières décennies. L'atout majeur d'Agio pour nos clients est selon moi notre taille. Nous disposons de 750 000 mètres carrés d'espace de fabrication et d'entreposage en Chine, doublés de campus dans quatre grandes régions du pays. Notre taille nous a permis de surmonter n'importe quel problème.



Salon profond 6 pièces Heritage d'Agio – Un classique d'extérieur qui ne passe jamais de mode.



Collection Brentwood d'Agio – Agio n'a pas son pareil dans l'industrie pour associer des foyers et des salons d'extérieur pour créer une ambiance d'exception sur n'importe quelle terrasse.



Sur le long terme, la qualité et le respect des délais de livraison sont selon moi nos principaux atouts sur lesquels les clients peuvent compter. Agio compte plus de 200 personnes en R&D et sept designers à plein temps. Notre service clientèle, qui s'occupe du SAV auprès des particuliers et des professionnels, a reçu la note la plus élevée de la part des plus grands détaillants du pays. Plus important encore, notre société est conforme à toutes les réglementations gouvernementales chinoises, à tous les niveaux et respecte toutes les exigences des agences de protection des consommateurs. Cela comprend toutes les préoccupations en matière de sécurité et de droits de l'homme, ce qui est primordial pour tous nos clients sérieux, aux États-Unis et partout dans le monde.

COMMENT AGIO ASSOCIE-T-ELLE BEAUTÉ ET ESTHÉTISME À FONCTION ET DURABILITÉ ?

Ce constat vient de notre réussite avec les détaillants de meubles d'intérieur qui viennent d'entrer sur le marché des meubles d'extérieur. Nous les avons entendus dire qu'ils hésitaient à vendre un canapé d'extérieur à plus de 1 000 \$ lorsqu'un canapé d'intérieur peut afficher des prix aussi bas que 300 \$. Notre réponse est simple : laissez ce canapé d'intérieur dehors pendant trois jours et voyez comment il tient le coup ! C'est un très bon argument de vente de mobilier d'extérieur.

Mais pour parler plus sérieusement, nous avons passé des dizaines d'années à faire que nos meubles résistent aux éléments, tout comme Glen Raven continue à améliorer ses produits. Cela inclut les métaux, la soudage, les revêtements en poudre, les couches transparentes, l'ingénierie de drainage et les inhibiteurs d'UV dans tous les matériaux que nous utilisons, des tables en pierre à nos extrusions en osier pour toutes les saisons.

COMMENT GLEN RAVEN TRAVAILLE-T-ELLE EN TANT QUE PARTENAIRE D'AGIO ?

Nous avons eu l'opportunité de travailler en partenariat avec Glen Raven il y a plus de 25 ans. Nous considérons l'équipe de conception, les commerciaux et le service clientèle de Sunbrella® comme une extension de notre famille. Le dur travail et le dévouement qu'ils consacrent à assurer notre réussite ont soudé notre relation. Ce partenariat a évolué d'un développement de produit traditionnel et d'une relation de réalisation à une confiance profonde entre les deux entreprises. La confiance qu'Agio porte à LeAnn Somers, la principale coordinatrice des comptes de Glen Raven pour Agio, ne passe pas inaperçue. Son engagement et sa passion pour notre entreprise sont sincères et ce sont les relations comme celle-ci qu'Agio chérit tout particulièrement.

Alors que nous avons pu croître, Glen Raven a su croître avec nous. Glen Raven et Sunbrella sont devenus la norme de l'industrie en matière de design, de qualité et d'innovation. Tout aussi importante, la marque Sunbrella est devenue le choix de nos partenaires détaillants et des consommateurs en très peu de temps.

QUEL EST, SELON VOUS, LE PLUS GRAND POTENTIEL DE CROISSANCE POUR VOTRE ENTREPRISE ?

L'exceptionnel potentiel de croissance d'Agio doit reposer sur les sociétés basées sur Internet et les entreprises d'ameublement d'intérieur. Le potentiel sur Internet est illimité. Agio souhaite évoluer avec les entreprises qui sont le plus susceptibles de montrer à notre industrie le respect qu'elle mérite en fournissant un site qui a un vrai sens. Par ailleurs, les clients aux États-Unis achètent des meubles d'intérieur auprès de détaillants, alors pourquoi ne pas proposer également des meubles pour l'espace extérieur ? Le potentiel pour les détaillants de meubles d'intérieur est tout aussi fort pour ceux qui embrassent les disciplines de la catégorie de mobilier d'extérieur et n'essaient pas de « se glisser » dans le segment. La direction doit s'engager d'en haut. Elle doit payer ses contributions et investir dans la catégorie. Pour ceux-là, le potentiel est immense. Agio prévoit de travailler avec de telles entreprises.

Disponible sur agio-usa.com

PIKE AWNING :

UNE TRADITION DE PERSONNALISATION ET DE SERVICE CLIENTÈLE



DAN SPEARING

Copropriétaire, Pike Awning

Lorsque Dan Spearing a commencé à travailler dans l'entreprise de son père en 1981, cela était censé être temporaire. Le père de Spearing, Ray, avait récemment acheté ce qui était à l'époque connu comme la Pike Tent and Awning Company et il avait besoin d'aide pour les installations. À 21 ans et impatient de voler de ses propres ailes, Spearing accepta de faire quelques petites missions avant de poursuivre sa carrière. Les installations menèrent à un poste de production et 35 ans plus tard, Spearing et son frère dirigent Pike Awning depuis son atelier d'origine à Portland, dans l'Oregon.

« Jamais je n'aurais pensé rester aussi longtemps », explique Dan, propriétaire de Pike Awning avec son frère, Ken. « Je voulais suivre ma propre voie quand j'ai commencé et je ne voulais pas travailler avec mon père. Mais une fois que je me suis impliqué, j'ai trouvé ce travail fascinant. J'ai travaillé dans l'installation et la production, et Ken dans les ventes. Nous avons créé nos propres domaines d'expertise, et c'est ainsi depuis lors. »

« Lorsque j'ai rejoint l'entreprise, je n'avais pas l'intention de rester », fait écho Ken. « Quand notre père a repris l'entreprise, il travaillait dur, sans trop d'employés. J'ai pris un congé prolongé dans mon poste d'ingénieur et ai rejoint l'équipe commerciale. J'ai réalisé que j'aimais l'idée d'une entreprise familiale et que j'appréciais travailler avec mon père et mon frère. Quand mon congé a pris fin, j'ai décidé de rester. »

La longévité est inhérente à l'entreprise. Fondée en 1891 comme l'A.C. Pike Tent and Awning Factory par le marin danois August Pike, l'entreprise grandit, évolua et changea de mains au fil des 125 dernières années. Elle est aujourd'hui la plus ancienne entreprise d'auvents de Portland.



Même si de nombreuses choses ont changé au cours du siècle passé, une chose immuable reste l'engagement de Pike Awning pour la satisfaction de sa clientèle. Depuis ses débuts, l'entreprise se consacre à fabriquer les meilleurs produits avec des matériaux de qualité faits sur mesure et conçus pour durer.

« L'entreprise vit le jour par souci de nécessité », raconte Dan. « Portland étant une ville portuaire, il existait une vraie demande en termes de réparation de voiles et de produits pour l'industrie maritime. Alors que des colons et des chercheurs d'or arrivaient tous les jours, il y avait aussi un besoin de tentes-abris et de sacs en toile, ainsi que d'auvents. Peu importe les besoins de nos clients, nous les fabriquons. »

À son époque, Dan faisait de tout, des yourtes aux tipis sioux, en passant par les bâches pour tour hertzienne. Au fil du temps, Pike Awning se spécialisa davantage. Dans les années 1990, les auvents devinrent populaires et sont aujourd'hui l'axe principal de l'entreprise.

« Notre principale niche est le domaine des auvents commerciaux », déclare Dan. « Les restaurants, les centres commerciaux et les hôtels veulent tous avoir le look souple et élégant d'un auvent. Nous fabriquons également quelques auvents résidentiels. »

Mais cet esprit de personnalisation est encore profondément enraciné dans l'entreprise. Presque tous les projets commencent de zéro et sont personnalisés pour répondre aux spécifications exactes des clients. De la conversation initiale aux mesures, au design et à l'encadrement, Pike Awning collabore avec ses clients pour leur garantir le plus haut niveau de satisfaction.



NOUS MESURONS NOTRE RÉUSSITE DE NOMBREUSES FAÇONS, NOTAMMENT PAR LES AVIS. NOUS OBTENONS RAREMENT DES NOTES INFÉRIEURES À CINQ ÉTOILES. »

DAN SPEARING, Copropriétaire, Pike Awning



KEN SPEARING (devant à gauche)
Copropriétaire, Pike Awning



« Chez Pike Awning, nous commençons avec le design et travaillons avec le client tout au long de la fabrication et de l'installation », dit Ken. « Nous rencontrons le client pour nous faire une idée de ses besoins, fonctionnels ou cosmétiques, et lui donnons quelques suggestions. Nous avons beaucoup de photos et les gens ont souvent fait leurs propres recherches sur Internet. Nous proposons des rendus de ce à quoi ressemblera le bâtiment avec l'auvent pour aider les clients à se représenter leur décision. Après avoir finalisé le design, nous commençons le processus d'obtention des permis et des exigences structurelles et passons enfin la main à nos chefs de projet qui fabriquent l'auvent et l'installent. »

Le projet commercial typique est assez complexe et long et prend souvent quelques mois, du design à l'installation. Mais pour Dan et Ken, le temps, la communication et la qualité vont ensemble pour créer une expérience client supérieure.

« Nous allons au-delà de ce que font les entreprises classiques pour nous assurer que nos clients sont satisfaits », affirme Dan. « C'est l'une des choses les plus importantes que nous apprenons à notre équipe : le client n'a jamais tort. Nous voulons nous assurer qu'ils sont complètement satisfaits du produit et des personnes avec lesquelles ils sont en contact. Nous mesurons notre réussite de nombreuses façons, notamment par les avis. Nous avons rarement reçu des notes inférieures à cinq étoiles. »

La qualité est un élément crucial de l'expérience client. Pike Awning utilise les meilleurs matériaux disponibles pour créer des auvents qui durent le plus longtemps possible, même jusqu'au dernier fil.

Pike Awning met également un point d'honneur à fournir un service clientèle supérieur et à utiliser les meilleurs produits du marché et recherche ces mêmes qualités chez les grossistes.

« Nous travaillons avec Trivantage® depuis sa création, qui est devenu notre premier grossiste en matériaux », explique Dan. « Ils sont bons dans ce qu'ils font, leur site Internet est très pratique pour commander et j'ai l'occasion de travailler avec des

représentants et des commerciaux fantastiques. Plus de 90 pour cent de nos produits sont fabriqués à partir de tissus Sunbrella®. »

« Lorsque vous travaillez avec des détaillants ou des restaurants, l'apparence est importante », ajoute Ken. « Si vous mettez un auvent sur un restaurant, celui-ci créera la première impression chez les gens. La ville de Portland exige que les auvents installés en centre-ville soient en tissu. Le tissu est plus vulnérable aux rayons UV et à la poussière, il est donc important d'utiliser un matériau durable et résistant à la décoloration, qui peut facilement se nettoyer, comme Sunbrella. »

Aujourd'hui, Pike Awning compte 17 employés et produit plus de 1 500 auvents sur mesure chaque année. Motivés par la passion d'offrir des produits et un service clientèle de qualité, les deux frères sont persuadés que leur entreprise va continuer de grandir.

« Mais lorsque vous avez une entreprise familiale, notre nom n'est pas sur la porte, mais vous avez forcément une approche différente du produit », affirme Ken. « La fierté que vous tirez de votre travail est plus importante que dans une entreprise traditionnelle. Lorsque vous travaillez avec votre famille, représentez votre famille, vous souhaitez que le produit et le service que vous proposez reflètent ses valeurs. »

Même si l'entreprise grandit et change, la famille continuera d'être au cœur de Pike Awning. Les fils de Dan et ceux de Ken observent et apprennent, se préparent à reprendre l'entreprise tout comme Dan et Ken l'ont fait avec leur père.

« J'aime l'idée de transmettre l'entreprise à une nouvelle génération », affirme Dan. « Je suis sûre qu'ils apporteront des changements quand leur tour viendra, comme Ken et moi l'avons fait quand nous avons pris la relève de notre père. Bien que l'entreprise prendra certainement des directions que nous ne pouvons pas prévoir, j'espère qu'elle continuera sur le même chemin... une petite entreprise artisanale qui aime s'assurer que chaque produit qu'elle propose est le meilleur possible. »

Sur Internet pikeawning.com





STRATA INDIA

APPORTE UNE SOLUTION
INNOVANTE À LA
DÉCHARGE DE VAPI



La ville de Vapi, en Inde, est une ville industrielle historique où se déroule une multitude d'opérations de fabrication de produits chimiques, d'engrais et de textile. Située à la pointe sud d'un amas d'usines, Vapi accumule les ordures, les débris et tous les autres déchets générés par ses voisins industriels, représentant une importante menace pour l'environnement. Et comme l'économie de l'Inde continue de croître à un rythme effréné, la génération de déchets industriels augmente aussi à une vitesse similaire.

Même si la croissance de l'économie indienne montre un progrès qui est indéniablement bienvenu, elle pose également des défis uniques pour le pays et les autres nations en voie de développement. Alors que la population et l'urbanisation augmentent, la gestion des déchets émerge comme un problème environnemental majeur, puisque davantage de déchets sont produits, mais que la quantité de terres disponibles pour leur élimination n'a pas suivi le rythme. En Inde, les terres sont chères et lorsqu'elles sont développées, c'est le plus souvent à des fins résidentielles ou commerciales. Les avancées technologiques et en matière de fabrication ont également changé la composition des déchets en Inde, ce qui en plus des problèmes de capacité renforce le besoin de solutions de gestion des déchets plus sophistiquées.

« Le pays n'est pas configuré pour traiter ce problème », affirme Gautam Dalmia, vice-président du développement commercial de Strata India. « Le rythme de croissance de la population dans les villes est rapide et l'urbanisation massive couplée à l'industrialisation met de fortes pressions sur les infrastructures. Le fait d'essayer de s'aligner sur la croissance entraîne des méthodes d'élimination des déchets peu hygiéniques, notamment dans les villes industrielles comme Vapi. »

En moyenne, la décharge de Vapi reçoit 400 tonnes de déchets par jour pendant huit mois de l'année. Pendant la saison des pluies, la décharge est couverte et fermée. Bien qu'elle fonctionne depuis 15 ans, il ne restait à la décharge industrielle de Vapi qu'une capacité de six mois en raison d'une pénurie de terre.



« Notre objectif a été de trouver une façon innovante et durable d'augmenter la capacité d'élimination avec la même empreinte environnementale disponible », explique Dalmia. « S'il n'y a plus de place dans les décharges, les industries devront fermer leurs usines. »

Alors, comment faire rentrer 260 000 m³ de déchets toxiques dans une décharge construite pour en accueillir 150 000 m³ ? Avec une équipe technique dédiée dirigée par le directeur de la technologie Shahrokh Bagli, un large éventail de propositions géotechniques avancées et l'objectif de minimiser les coûts, Strata proposa une approche innovante aux diverses facettes de l'expansion de la décharge : plutôt que l'étendre horizontalement, ils construisaient la décharge verticalement.

« CELA A REPRÉSENTÉ UNE EXPÉRIENCE EXTRAORDINAIRE POUR NOUS CHEZ STRATA. »

GAUTAM DALMIA,
Vice-président du développement commercial, Strata India

La méthode conventionnelle consistant à contenir les décharges avec des digues en terre nécessite une grande base pour en assurer la stabilité. La conception créative de Strata a utilisé des structures de sol renforcées comme endiguement, qui requiert une empreinte réduite et facilite la construction verticale. L'expansion verticale a été rendue possible grâce aux géogrilles StrataGrid® et aux blocs de ciment préfabriqués modulaires StrataBlock™.

Qu'en est-il des parties existantes de la décharge qui étaient déjà fermées ? L'endiguement a été réalisé avec des barrages en terre

conventionnels et des pentes latérales. Généralement, des tapis de paillage sont utilisés le long des pentes extérieures pour cultiver la végétation et empêcher l'érosion. Mais à Vapi, les tapis de paillage recouverts de terre ont glissé le long des pentes raides. La végétation a été facilitée par les géocellules de StrataWeb® fixées en position avec StrataGrid® en dessous et ancrées dans un tumulus de terre renforcé au sommet.

Mais la réalisation de ce projet n'est que le début. Dalmia pense que l'urbanisation rapide et l'importance accrue de la fabrication dans le pays continueront de renforcer la demande pour ce type de solution de gestion des déchets.

« Le besoin pour ce type de technologie est là », affirme Dalmia. « Les solutions comme celle-là sont idéales parce qu'elles permettent aux organisations d'utiliser leurs terres de façon plus efficace. La principale considération est que les décharges doivent se trouver près des villes pour diminuer le coût de transport des déchets. Mais ce type d'élimination nécessite beaucoup de terres et les terres en périphérie des villes sont chères. Si nous pouvons proposer davantage d'espace de stockage dans la même empreinte, cela permettra aux clients de rentabiliser leur achat. Globalement, notre solution augmente l'espace de stockage d'environ deux fois et demie. »

Ce projet était une série de premières pour Strata India.

« Cela a représenté une expérience extraordinaire pour nous chez Strata », a déclaré Dalmia. « Nous avons connu beaucoup de premières fois : la première fois que nous avons été les entrepreneurs généraux d'une construction entièrement clé en main, la première fois que nous avons conçu et installé plusieurs nouvelles solutions géotechniques et la première fois que nous avons construit une décharge. C'est une expérience d'apprentissage à laquelle nous n'aurions jamais osé rêver. »

Disponible sur strataindia.com



DONNER EN RETOUR :

LES FONDATEURS DE PATIO HEAVEN CRÉENT UNE ÉCOLE DE SOUDAGE
POUR DONNER AUX AUTRES UNE DEUXIÈME CHANCE DE RÉUSSIR





REIGNITE HOPE NE SE FOCALISE SUR L'INDIVIDU, MAIS SUR DES GENS QUI SE RASSEMBLENT ET QUI FONT QUE TOUT DEVIENT ALORS POSSIBLE. ILS DONNENT AVEC LEUR CŒUR, ET C'EST POURQUOI CE PROGRAMME EST UN SUCCÈS. IL EST PUR ET ALTRUISTE. »

ANTHONY XEPOLIS
Copropriétaire, Patio Heaven

Lorsque Curtis Shin et Anthony Xepolis formèrent Patio Heaven en 2008, leur objectif était de créer et de vendre des meubles pour patio de la meilleure qualité qu'il soit. Et pourtant, ils savaient que ce n'était que le début et que leur partenariat s'inscrivait dans quelque chose de plus grand. Le duo passa des années à renforcer ses activités à Los Angeles, en Californie, imposant Patio Heaven sur le marché comme un concurrent à leurs plus grands homologues.

« Nous avons étudié la concurrence et décidé de nous concentrer sur qu'ils ne faisaient pas : le service, un travail sur mesure et de l'inventaire », explique Xepolis. « Nous sommes une voiture de sport sur une autoroute remplie de poids lourds. Nous zigaguons, mais ils ne peuvent aller que dans un sens. »

Étant donné que presque chaque pièce qu'ils créent a un coussin, Patio Heaven utilise de grandes quantités de tissus pour ses coussins et ses garnitures fournis par Trivantage®, la filiale de distribution de Glen Raven.

« La garniture est la première chose que vous remarquez sur les meubles pour patio, elle doit donc être de la meilleure qualité possible », déclare Xepolis. « Grâce à notre partenariat avec Trivantage, nous pouvons créer tout ce que nos clients imaginent avec de superbes tissus. »

Une fois que leur entreprise a assis sa place sur le marché des patios, Shin et Xepolis savaient qu'il était temps de passer à la suite en redonnant à leur communauté. En collaboration avec Steve Bunyard de la Rolling Hills Covenant Church de Rolling Hills, en Californie, les deux fondèrent une école de soudage, Reignite Hope, dont la mission est de sortir les gens de Skid Row, de les éloigner des gangs et de les remettre sur pieds. À ceux que la société ne regarde pas une deuxième fois, comme les sans-abris, les anciens détenus ou les anciens membres de gangs, l'école apporte de l'amour, un soutien et une seconde chance.



ANTHONY XEPOLIS
Copropriétaire, Patio Heaven





« Nous souhaitons faire quelque chose dans ce sens depuis le début », confie Xepolis. « Steve, l'un des pasteurs du ministère d'évangélisation des missions Fred Jordan, aime la soudage et voulait partager ses connaissances avec les autres. »

Mais ils voulaient que cela soit davantage qu'un simple cours. Shin et Xepolis savaient qu'il était important pour ceux qui se sentaient en détresse d'aider les autres dans le besoin. À l'origine appelée Wheels of Hope (Les Roues de l'espoir), l'école se proposait d'apprendre aux étudiants à construire des bicyclettes ambulances pour envoyer en Afrique, où cela peut prendre des heures pour atteindre un village où des soins médicaux sont prodigués, et faisait don de ces vélos aux villages, hôpitaux et missions.

Quatre ans plus tard, plus de 200 étudiants ont obtenu leur diplôme, avec un taux de réussite de 100 pour cent. En quelque six semaines, les étudiants peuvent s'inscrire gratuitement et recevoir une certification de l'American Welding Society. De nombreux étudiants, à l'instar de Jimmy Brown, un membre de la deuxième promotion, reviennent et consacrent du temps à enseigner aux nouveaux élèves.

« Nous avons changé le nom en Relgnite Hope, car c'est ce que fait ce programme », explique Xepolis. « La société vous dit que si vous ne gagnez pas un million de dollars, vous ne valez rien, mais ce n'est pas vrai. Nous voulons que les gens puissent relever la tête et subvenir aux besoins de leurs familles, c'est de cela qu'il s'agit. »

Même si Patio Heaven reçoit 90 pour cent de ses structures de l'étranger, une ligne complète a été consacrée à Relgnite Hope. « Nous voulions que les étudiants aient un produit concret sur lequel travailler, nous voulions leur donner une expérience dans le monde réel », commente Xepolis. « Ainsi, les étudiants ont pu produire une ligne entière de meubles pour le secteur de l'hôtellerie. »

Les gens, au sein ou en dehors de la communauté, commencent à remarquer l'impact positif du programme. L'école fonctionne uniquement grâce au bénévolat et aux dons et cherche à attirer l'attention et le soutien de sénateurs, de représentants et d'entreprises technologiques. Mais Xepolis affirme que lui et Shin ne recherchent pas la reconnaissance.

« Relgnite Hope ne se focalise sur l'individu, mais sur des gens qui se rassemblent et qui font que tout devient alors possible », explique-t-il. « Les gens qui travaillent pour donner vie à Relgnite Hope ne le font pas parce qu'ils sont payés. Ils donnent avec leur cœur, c'est pourquoi ce programme est un succès. Il est pur et altruiste. Nous avons été autorisés à en faire partie, mais nous ne voulons pas nous en attribuer le mérite. Cela serait contraire à l'esprit du programme. »

Les valeurs profondes d'altruisme et de secondes chances qu'offre Relgnite Hope émanent de la foi personnelle de Xepolis.

« Nous nous basons sur les valeurs chrétiennes, sans en faire trop », reconnaît-il. « Nous le faisons avec notre cœur, et acceptons quiconque est intéressé ou ouvert. Le monde dit aux gens qu'ils ne sont bons à rien et n'ont pas de valeur, mais nous voulons qu'ils sachent que Dieu les aime et veut qu'ils soient heureux et accomplis. »

En 2016, l'école déménagea sous le toit de Patio Heaven et il est prévu d'étendre les offres du programme pour inclure des compétences en mathématiques de base et en anglais. Mais même si Relgnite Hope croît, Xepolis reste humble.

« Le message du programme commence à être reçu », dit-il. « Cela ne concerne pas seulement les étudiants, mais nous tous. La vie, ce n'est pas gagner le plus d'argent possible, mais trouver une façon de travailler ensemble, de vivre ensemble et de s'entraider pour réussir. »

Et c'est un message qui peut raviver l'espoir chez tout le monde.

Disponible sur patioheaven.com



LE PASTEUR STEVE BUNYARD
Cofondateur, Relgnite Hope



ReIGNITE HOPE™

Relgnite Hope a été fondé pour aider les hommes et les femmes à apprendre un métier, à développer des possibilités d'emploi et à reprendre confiance en eux. Nous nous sommes entretenus avec le cofondateur Steve Bunyard, pasteur de la Rolling Hills Covenant Church, et Jimmy Brown, diplômé et actuel employé de Relgnite Hope, pour écouter leurs histoires.

STEVE BUNYARD

Comment avez-vous eu l'idée de Relgnite Hope ?

Je travaillais pour une mission sur Skid Row avec des sans-abris et j'ai remarqué que nous voyions les mêmes gens encore et toujours. Mais même si nous étions là pour leur donner de la nourriture et des vêtements, nous ne faisons rien pour rompre le cycle. J'ai commencé à prier pour trouver une solution. Quand l'idée d'un programme de soudage m'est venue, je n'étais pas certain qu'elle serait bien accueillie. Mais l'opportunité d'offrir une nouvelle vie et des moyens de subsistance par le travail trouva un écho et Relgnite Hope vit le jour.

Comment le programme a-t-il évolué ?

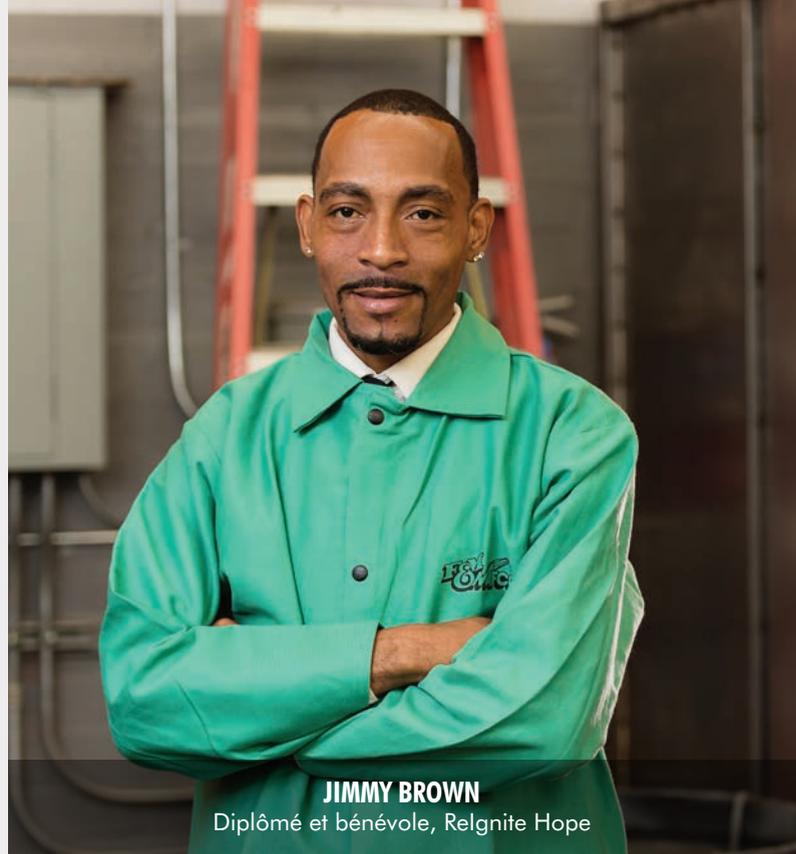
Quand nous avons commencé, nous travaillions principalement avec des sans-abris. Maintenant, nous travaillons avec des gens qui sortent de prison, quittent des gangs ou d'autres situations qui les ont conduits à prendre le mauvais chemin. Notre effectif a également augmenté, uniquement grâce au bouche-à-oreille. Les gens prennent part au programme ou reconnaissent son impact et en parlent à leur famille et leurs amis. Nous avons quitté notre emplacement d'origine sur Skid Row pour un site plus grand, mais nous devons encore refuser des gens. Ceci montre le besoin clair et urgent d'une formation professionnelle et d'une assistance dans les zones urbaines à travers les États-Unis.

Quel est, selon vous, le plus grand impact du programme ?

Les impacts sont si nombreux et indescriptibles. Nous voyons des gens qui ont été brisés par le monde depuis leur plus jeune âge, qu'ils aient eu une mère droguée ou un père absent, qu'ils aient été dans la rue ou en prison, et nous les aidons à acquérir des compétences, à regagner confiance et à se respecter. Nombre de nos étudiants ont entendu qu'ils étaient des perdants et peu d'entre eux sont allés au lycée. Lorsqu'ils reçoivent leur diplôme de Relgnite Hope, il s'agit souvent de la seule reconnaissance apparente qu'ils n'aient jamais reçue.

Qu'est-ce que le futur réserve à Relgnite Hope ?

Le chômage est un problème omniprésent dans tout le pays. Nous sommes en contact avec de nombreuses villes, dans l'État et à travers le pays, pour leur partager notre programme de soudage. Deux villes californiennes, Turlock et Oakland, souhaitent établir à leur tour un programme Relgnite Hope et des villes majeures comme Chicago, Philadelphie et Phoenix sont également intéressées.



JIMMY BROWN
Diplômé et bénévole, Relgnite Hope

JIMMY BROWN

Comment vous êtes-vous impliqué auprès de Relgnite Hope ?

Quand j'ai entendu parler de Relgnite Hope, j'étais en mauvaise posture. J'étais déprimé, sans objectif, je cherchais à me faire de l'argent rapidement et je ne me souciais pas vraiment de savoir si j'allais survivre jusqu'au lendemain. J'avais décidé d'aller à un salon de l'emploi et avant cela, j'ai prié, en demandant à Dieu de m'aider à trouver une direction, même si je lui avais tourné le dos. Un ami m'a donné la brochure du programme et j'ai décidé d'appeler. Quand j'ai parlé pour la première fois au pasteur Steve, il m'a tout de suite dit que le programme était basé sur la foi et qu'il espérait que cela ne m'effraierait pas. Bien au contraire. J'ai eu l'impression de recevoir un signe de Dieu, que c'était ce que je devais faire.

Dès le premier jour, j'ai travaillé aussi dur que possible. J'arrivais en classe à l'heure et je restais tard si c'était nécessaire, parce que je savais que c'était ma chance. J'ai fait partie de la deuxième promotion et je suis là depuis.

Le programme a-t-il changé votre façon de penser à vous et à votre avenir ?

Je ne pensais pas avoir un avenir avant de m'impliquer auprès de Relgnite Hope. Aujourd'hui, c'est un virage à 180°. Je chéris chaque moment que je vis.

Pourquoi avez-vous décidé de continuer à travailler avec le programme après avoir obtenu votre diplôme ?

Je souhaite aider les autres comme moi à trouver la raison d'être et la joie que je ressens aujourd'hui. Je peux comprendre les étudiants, car j'ai été à leur place. Qu'ils aient été incarcérés ou dans le trafic de drogue, cet endroit peut les aider à redonner un sens à leur vie. J'ai dit au pasteur Steve qu'il devrait fermer boutique et verrouiller les portes à clé pour se débarrasser de moi. C'est l'endroit qui m'a permis de reprendre le contrôle de ma vie et je veux apporter ma contribution.



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

- Bureau de design et de vente New York
New York, NY
212.925.4600

- Usine Sunbury
Sunbury, PA
570.286.3800

GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS

- Siège social
Glen Raven, NC
336.227.6211
- Usine Park Avenue
Glen 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

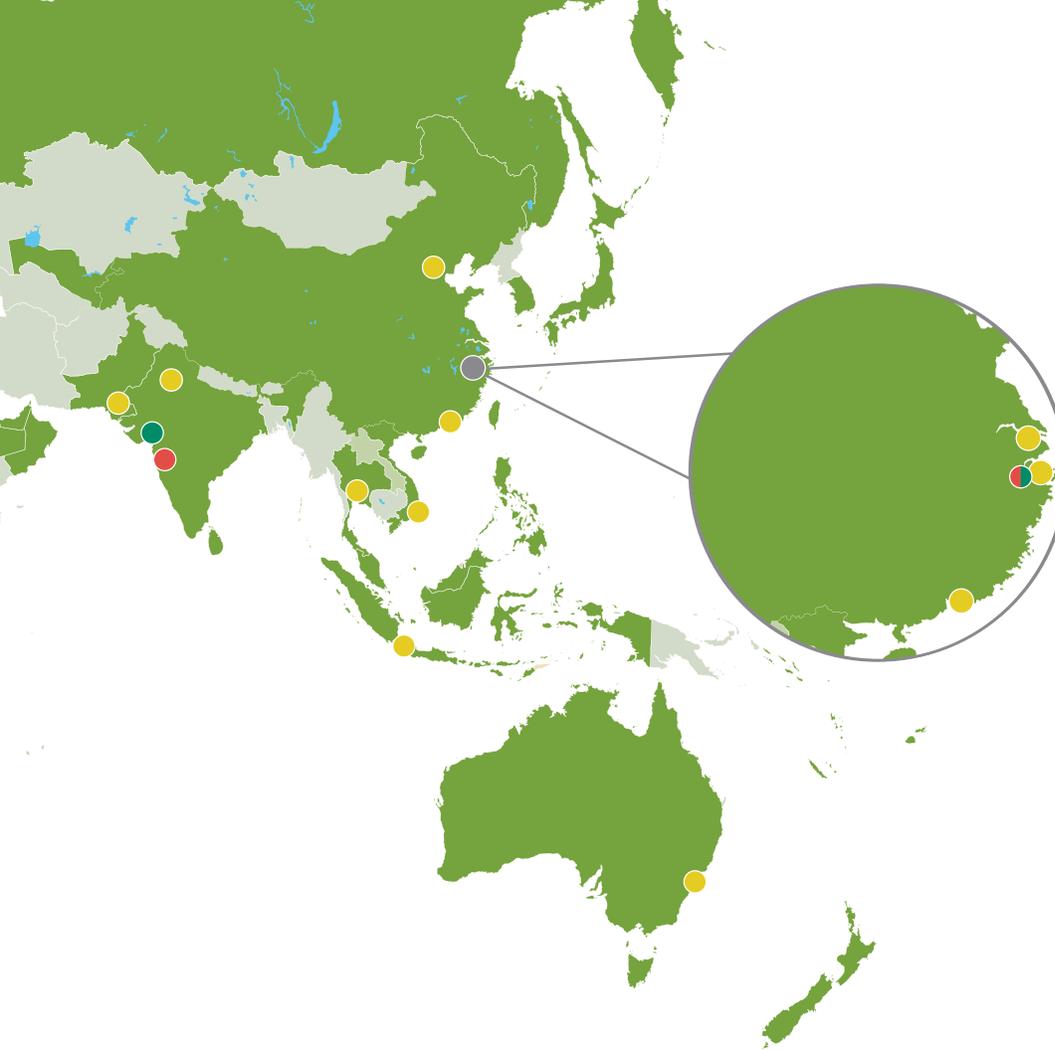
TUNALI TEC

- 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
39.015.249.63.03S

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



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

- 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

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
 Pékin, district de Xicheng
 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