

RAVEN

ÉTÉ 2018 | N° 29





Leib Oehmig
PDG

En 2018, la Chine devrait être l'un des pays représentant la plus grande part du PIB mondial. Deuxième économie au monde, le pays devrait afficher cette année près de 6 pour cent de croissance, ce que The Economist définit comme le tiers de l'expansion mondiale totale. Chez Glen Raven, ces prévisions ont conforté la décision de construction du premier centre de production de l'entreprise hors des États-Unis. Il se trouvera en Chine et répondra aux besoins de ses clients en matière d'approvisionnement.

Dans ce numéro du magazine Raven, nous nous pencherons sur la complexité actuelle de l'environnement commercial à l'échelle mondiale (et notamment sur la tendance qu'ont actuellement les entreprises américaines à implanter leurs centres de production en Asie). Pacific Casual, l'un des clients de Glen Raven Asia, en est un bon exemple. Et l'entreprise ne se confond pas en excuses au motif qu'elle produit sa gamme complète de produits de mobilier d'extérieur en Chine. Pour avoir un meilleur aperçu de la situation sur le plan international, nous avons interrogé l'adjoint du doyen chargé de la gestion financière d'UNC Kenan-Flagler Business School pour savoir si la classe moyenne, en constante évolution, n'était pas en train d'alimenter l'augmentation spectaculaire du taux de croissance enregistré par la Chine.

Dire que le secteur du mobilier d'extérieur ne cesse d'évoluer est un euphémisme. Yotrio Group, une entreprise familiale cotée à la Bourse de Shenzhen, vit actuellement une transformation radicale, fruit de ses efforts constants pour accompagner ses clients dans leurs évolutions. Dans une interview du Directeur Général Adjoint de Yotrio, nous avons appris pour quelle raison l'entreprise avait supprimé le mot « patio » de son vocabulaire, et l'avait remplacé par « salon d'extérieur ». L'entreprise Memos Bedding est tout aussi déterminée à offrir à ses clients une expérience plus savoureuse de la vie, imprégnée des tendances actuelles. Ce client de longue date de l'entreprise Sunbrella® est parvenu à

se faire un nom en Asie, en Europe et en Amérique du Nord. Le fait de compter sur d'excellents partenaires (tels que Memos) explique que Sunbrella soit reconnue tant pour ses conceptions que pour ses performances.

Une génération est un impressionnant parcours pour une entreprise familiale, et Academy Awning est vouée à réussir avec les nombreuses générations à venir. Cette entreprise de Los Angeles, fabricant d'auvents et de kiosques de jardin, est connue dans toute la Californie, et plus de 25 ans après son rachat par la famille Richman, sa réputation s'étend au quart de la superficie des États-Unis et à l'échelle internationale. Une fois que vous connaîtrez ses marques, vous verrez pourquoi Academy fait toute la différence.

En 1906, Marshall B. Lloyd crée la société Lloyd Manufacturing Company dans le Michigan. Il y développe un procédé unique et intemporel de création de meubles en osier. Les meubles de Lloyd Flanders ont depuis lors révolutionné l'univers de la fabrication de meubles en osier. Ces meubles se trouvent désormais (comme vous pourrez le lire dans notre article) dans de nombreux lieux historiques et dans de grands hôtels des États-Unis, et dans une vaste gamme de tissus, y compris Sunbrella.

Enfin, nous examinerons un projet d'infrastructure réalisé avec Geosynthetics Limited, le plus gros fournisseur de produits géosynthétiques du Royaume-Uni. Cette entreprise a conclu un partenariat avec Strata Systems autour d'un gros projet de construction de tunnel visant à acheminer de l'eau au Pays de Galles. Il constituait un véritable défi technique, en raison des conduites remontant à l'époque Edwardienne, qui ne permettaient plus de répondre à la demande du 21^{ème} siècle, thème qui se retrouve tout au long de ce numéro.





Pacific Casual a commencé son activité en fabricant des gammes de structures d'extérieur. Aujourd'hui, l'entreprise propose également des gammes de salles à manger, de canapés à assise profonde, ainsi que des accessoires (et notamment les articles de la division Barcalounger Outdoor Living, une division de Pacific Casual, LLC.) | Page 20

RAVEN

ÉTÉ 2018 | N° 29

02

LLOYD FLANDERS : DES COMPOSANTS ENDURANTS, DES STYLES INTEMPORELS

10

SE SENTIR CHEZ SOI TOUT AU BOUT DU MONDE : L'ENTREPRISE YOTRIO GROUP

18

LES PRODUITS GÉOSYNTHÉTIQUES APPORTENT DE LA MODERNITÉ AU PROJET D'AQUEDUC OBSOLÈTE

06

COMMENT MEMOS PEUT-ELLE RESTER À L'AVANT-GARDE EN MATIÈRE DE CONCEPTION ? « EN UN MOT, SUNBRELLA »

14

UNE VISION PARTAGÉE : ACADEMY AWNING, CABANAS BY ACADEMY DES SURFACES OMBRAGÉES DIFFUSÉES DANS LE MONDE ENTIER

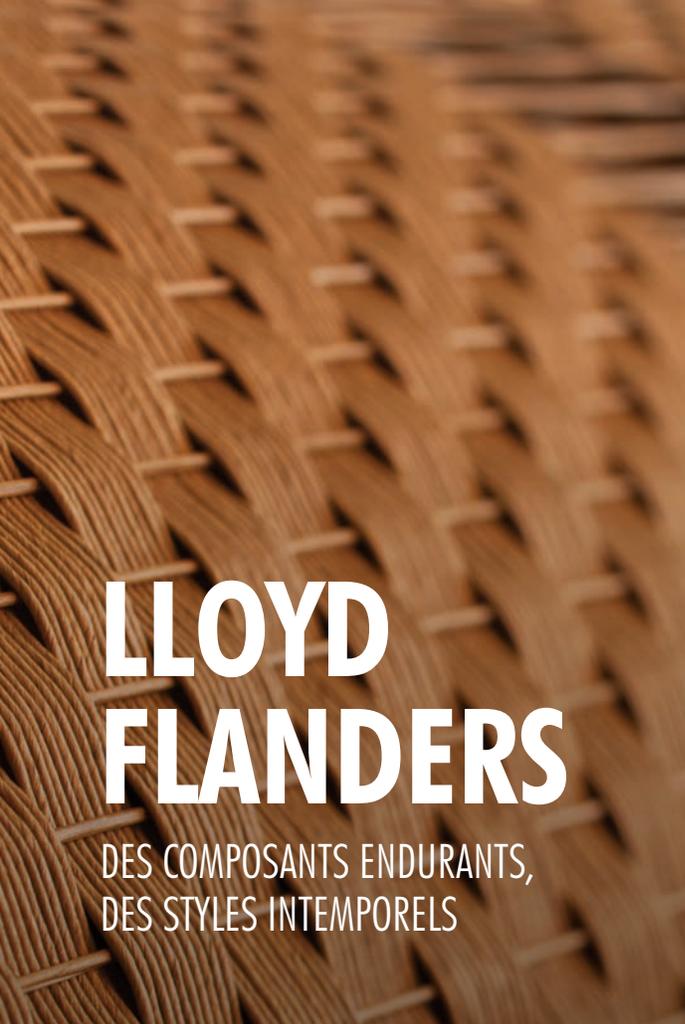
20

LA COMPLEXITÉ DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL À L'ÉCHELLE MONDIALE

EN COUVERTURE :

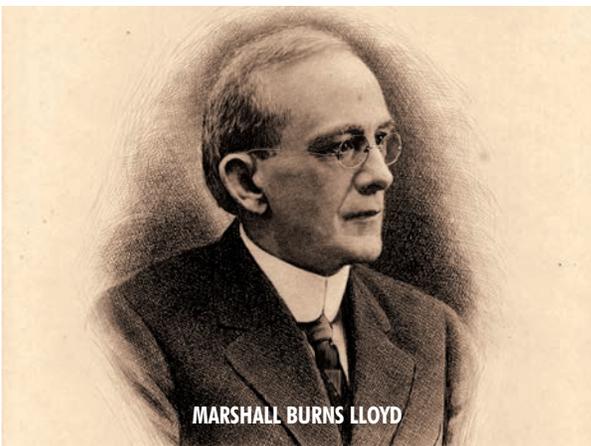
DURABILITÉ ET CARACTÈRE INTEMPOREL SONT LES CARACTÉRISTIQUES DE LA MARQUE LLOYD FLANDERS, QUI COLLABORE AVEC SES CLIENTS POUR CONCEVOIR UN MOBILIER PARFAITEMENT ADAPTÉ À LEUR ESPACE, DE LA STRUCTURE AU TISSU.





LLOYD FLANDERS

DES COMPOSANTS ENDURANTS,
DES STYLES INTÉMPORELS





Depuis les années 1980, Lloyd Flanders crée et fabrique des meubles d'extérieur en osier d'un design intemporel et durable. Lorsque le duo père-fils Don et Dudley Flanders achètent la Lloyd Manufacturing Company avant de la fusionner avec leur propre société Flanders Manufacturing, leur intention est de fermer l'usine de Menominee, dans le Michigan. Mais après une visite du site et après avoir vu le processus innovant de tressage d'osier inventé plus de 50 ans auparavant, ils ont décidé de maintenir le site en activité. Désormais, les meubles Lloyd Flanders se trouvent dans de nombreux lieux historiques et dans de grands hôtels répartis dans l'ensemble des États-Unis.

« Je n'aurais jamais cru que je travaillerais un jour dans ce secteur », déclare Dudley Flanders, Président de Lloyd Flanders. « Je voulais être avocat ou banquier. Mais j'ai ensuite réalisé que je préférais travailler plutôt qu'aller à l'école. Mon père m'a alors proposé un travail dans son entreprise en 1975, et c'était bien ça que je voulais. »

Son entreprise manufacturière produisait des chaises pliantes métalliques et des chaises de jardin en acier estampé, mais au fil du temps, les chaises pliantes ont été remplacées par du mobilier d'extérieur, plus moderne. Ensuite, Don et Dudley ont acheté Lloyd Manufacturing en 1982.

« Mon père a eu l'idée originale d'acheter les métiers à tisser de Lloyd Manufacturing et de

les ramener dans nos locaux de Fort Smith, notre siège social d'Arkansas », raconte Jess Flanders, Responsable Marketing de Lloyd Flanders et fille de Dudley Flanders. « Quand il est allé là-bas et qu'il a vu le processus utilisé, il s'est dit qu'il fallait acheter l'usine et maintenir sa production. Nous avions besoin de nous appuyer sur des personnes qui connaissaient le processus depuis des années et qui savaient le faire fonctionner. Au lieu de tout déplacer dans le Sud, nous avons ouvert un atelier là-bas. »

Lloyd Flanders n'existe que depuis trente ans, mais le processus Lloyd Loom breveté est bien plus ancien (il remonte à 1917). Il a été développé par l'inventeur Marshall B. Lloyd, et a révolutionné la fabrication d'osier, grâce à la création séparée du tressage et du cadre. Avant cela, les articles en osier étaient tissés à la main autour d'un cadre. Grâce à cette machine, Lloyd a pu tresser l'osier avant de le clouer à un cadre. Cela a permis d'augmenter la vitesse de production, et Lloyd a affirmé pouvoir faire le travail de 30 hommes avec cette solution innovante. Un peu plus tard, Lloyd Flanders l'a associée à son propre processus breveté.

« En 1985, nous avons démarré la gamme Heirloom avec une nouvelle technique d'étanchéité offrant une meilleure résilience pour le mobilier d'extérieur exposé aux éléments », indique Jess Flanders. « Une fois l'osier tressé, il est immergé dans une émulsion à base de résine, pendant qu'il se trouve encore sur le métier à



DE NOS JOURS,
PRESQUE TOUTES LES
MARQUES PROPOSENT
DES MEUBLES
D'EXTÉRIEUR TRESSÉS,
MAIS NOUS AVONS ÉTÉ
LES PIONNIERS DANS LA
CATÉGORIE DU MOBILIER
DE JARDIN EN OSIER.

DUDLEY FLANDERS
Président de Lloyd Flanders

tisser. L'émulsion est ensuite cuite et l'osier est enroulé sur de grandes bobines de production. Avant, vous pouviez les placer dehors, mais cela n'avait pas la durabilité que nous obtenons maintenant. »

La gamme Heirloom a été la première gamme de mobilier d'extérieur toutes saisons de Lloyd Flanders. Lancée en 1985, elle n'est plus fabriquée, mais elle a laissé la place en 1987 à la gamme Reflections. Même si de nombreuses gammes temporaires et contemporaines ont été créées depuis cette époque, la gamme Reflections reste la gamme phare de Lloyd Flanders.

« Entre le milieu des années 1980 et les années 1990, nous avons créé la gamme de mobilier d'extérieur en osier », nous raconte Dudley Flanders. « De nos jours, presque toutes les marques proposent des meubles d'extérieur tressés, mais nous avons été les pionniers dans la catégorie du mobilier de jardin en osier. C'est une preuve de la popularité du design et de la qualité de nos premières gammes, qui restent toujours d'actualité. »

Des articles durants et des styles intemporels, voilà les caractéristiques de la marque Lloyd Flanders. Que ce soit dans des résidences de gouverneur ou dans des hôtels de luxe, en passant par des lieux historiques ou des plateaux de cinéma, les applications de cette gamme sont extrêmement vastes, grâce au design



GAMMES REFLECTIONS ET WILDWOOD



GAMME WILDWOOD



et à la grande qualité associés au nom de Lloyd Flanders.

« Nous avons innové, et développé un vaste éventail de styles », déclare Jess Flanders. « Nos meubles se trouvent dans des endroits extraordinaires. Par exemple, plusieurs administrations de la Maison-Blanche ont sélectionné le mobilier Lloyd Flanders pour le balcon Truman, témoignage de leur recherche associant qualité et style. L'un de nos détaillants a également travaillé avec l'équipe du tournoi de tennis U.S Open, afin de créer des sièges personnalisés pour l'événement ».

La personnalisation est une autre spécialité de l'entreprise. Lloyd Flanders collabore avec ses clients pour concevoir un mobilier parfaitement adapté à leur espace, de la structure au tissu. Jess Flanders indique qu'un favori des clients est le travail qu'ils ont fait pour la star de la musique country Kenny Chesney.

« Un vrai favori est le modèle de chaise bleue à l'ancienne de Kenny Chesney », indique-t-elle. « Voilà une vraie chaise Lloyd Flanders. Un jour, il est entré dans un bar aux Caraïbes, et il est tombé amoureux de cette chaise. Il se trouve que c'était l'une de nos chaises. L'année dernière, il en a commandé une nouvelle. Il s'assied dessus pendant ses concerts, donc nous prévoyons un renforcement du siège. C'est agréable de travailler avec lui, et certains de nos clients veulent maintenant acheter la chaise de Kenny Chesney. »

En dépit de la popularité de cette chaise bleue à l'ancienne, Lloyd Flanders recherche toujours de nouvelles tendances.

« Ces dernières années, ce qui est beaucoup ressorti comme tendance, c'est l'association de plusieurs matériaux », explique Jess Flanders. « Nous avons sorti quelques gammes qui ont connu une croissance continue : c'est le cas par exemple des gammes Catalina et Wildwood. Catalina a des accents de teck et Wildwood est en teck avec des panneaux en feuillure Lloyd Loom. Ces deux gammes sont exceptionnelles. Quand vous fabriquez des meubles en osier depuis plus de 100 ans, vous devenez un peu expert en conception. Nous essayons en permanence d'imaginer des choses différentes, de façonner la tendance suivante ».

Quelle que soit la route suivie par Lloyd Flanders, elle se fera toujours aux côtés de Glen Raven. Les deux entreprises ont dès le départ établi un partenariat, et Jess Flanders déclare que la collaboration avec Glen Raven et Sunbrella® est porteuse de valeur ajoutée pour ses produits. « Nous nous tournons vers Glen Raven pour l'innovation,

soit l'utilisation des fils de façon différente, donnant ainsi un nouveau visage à ses créations, tout en conservant la qualité intemporelle de la marque », ajoute-t-elle. « Nous savons que leurs tissus durent très longtemps, qu'ils dureront aussi longtemps que nos meubles. Une bonne partie de notre collaboration consiste à créer des éventails de couleurs exclusifs. Cela nous permet de conserver la même palette de couleurs de brochure en brochure. Cela nous facilite le travail et plaît à nos clients ».

« Sunbrella est notre partenaire depuis le début », répond en écho Dudley Flanders. « Déjà, avant de créer Lloyd Flanders, nous connaissions Sunbrella. À cette époque, le mobilier d'extérieur était en grande partie fabriqué avec un revêtement en PVC. Or, nous voulions que nos meubles ressemblent à des meubles, et pas seulement à des accessoires de jardin. Sunbrella n'avait pas envie d'utiliser du tissu destiné à un usage externe, et ça s'est vu. Au fil des années, l'entreprise a élargi son offre de motifs et a renforcé sa marque. Les clients ont confiance en Sunbrella, et ils veulent investir dans la qualité associée à cette marque. »

Par exemple, l'un de nos clients utilise le même tissu Sunbrella depuis les années 1980.



« Il existe un tissu qui se trouve dans notre catalogue depuis cette même époque », précise Jess. « Il y a quelques mois, un hôtel du Connecticut nous a contactés à ce propos. Il l'utilise depuis plus de 20 ans. Le mobilier semble toujours en bon état, mais ils souhaitaient le racheter et obtenir exactement le même résultat.

Nous avons reçu une photo, et c'était justement l'une de nos premières gammes de produits, en osier blanc recouvert de tissu à rayures vertes et blanches signé Sunbrella. C'est vraiment incroyable que ce style soit toujours utilisé des décennies plus tard, et que nous puissions leur vendre à nouveau ! »

Dudley Flanders constate qu'un même engagement pour la satisfaction des clients caractérise la relation entre Lloyd Flanders et Glen Raven.

« D'expérience, je pense que Glen Raven a la même volonté de s'assurer que le client obtient ce qu'il recherche sans avoir de compromis à faire sur la qualité des produits », déclare-t-il. « Depuis les premières années de notre partenariat, nos entreprises se sont fortement développées. Sunbrella dans le secteur du mobilier d'extérieur et nous dans le secteur des meubles en osier à assise profonde. Nous travaillons ensemble depuis le tout début, et je pense que cela continuera comme ça ».

Disponible sur lloydflanders.com

**COMMENT MEMOS PEUT-ELLE
RESTER À L'AVANT-GARDE EN
MATIÈRE DE CONCEPTION ?
« EN UN MOT, SUNBRELLA »**





Guangdong Memos Bedding Co. Ltd. occupe une place de leader parmi les fabricants de meubles en Chine. L'entreprise est spécialisée dans la production et la vente de lits, matelas, canapés et équipements en fibres coupées de polyester. Dans le domaine de la production et de la vente de mobilier d'extérieur, Memos est plébiscitée par les clients (sur le plan national et international, y compris en Europe et en Amérique du Nord).

En créant constamment des atmosphères nobles et élégantes, Memos cherche à rendre la vie plus savoureuse, dans le respect des tendances actuelles. C'est pour cela que l'entreprise choisit Sunbrella® pour ses coussins et oreillers d'extérieur. Memos fait également appel à Sunbrella pour rehausser le design et la production de son mobilier d'extérieur.

Glen Raven Asia (GRA) représente l'engagement de Glen Raven en matière de production de tissus hautes performances pour la Chine et pour son centre de production de Suzhou, en Chine (centre névralgique de l'approvisionnement Glen

Raven en Asie). Mo Xunjun, Directeur Général Adjoint de Memos Bedding, a été le premier à faire appel à Sunbrella lorsque GRA était encore en construction (il y a plus de dix ans de cela) ; dans une récente interview, il a rappelé l'importance des opérations que Glen Raven réalise en Asie pour son entreprise.

COMMENT L'ENTREPRISE MEMOS A-T-ELLE ÉVOLUÉ DEPUIS SA CRÉATION ?

Notre entreprise a été créée en 1984, avec un objectif clair : la fabrication et la vente de lits, matelas et literie. Pour suivre l'évolution constante des conditions de vie des clients, nous avons créé en 2005 un service dédié aux coussins. Cela nous a permis de répondre aux besoins d'un nombre toujours plus élevé de clients à la recherche de coussins assortis à leur mobilier d'extérieur. Dix ans plus tard, nous sommes devenus l'un des fabricants de mobilier d'extérieur les plus recherchés du secteur. Nos gammes de produits vont des meubles et coussins d'extérieur (avec personnalisation) aux canapés d'intérieur et d'extérieur, en passant par les chaises de salle à manger

et les housses de protection pour mobilier d'extérieur, cuisines d'extérieur et barbecues.

POURRIEZ-VOUS DÉCRIRE L'ÉVOLUTION DES CLIENTS DE MEMOS AU COURS DE CES 30 DERNIÈRES ANNÉES ?

Depuis les années 1980, l'augmentation du pouvoir d'achat des clients et l'évolution de leurs goûts ont généré un accroissement de la demande en mobilier d'extérieur. La demande de produits haut de gamme et personnalisés a également connu un vif essor, car le confort figure de plus en plus au centre des préoccupations. Depuis la mission d'origine, qui consistait à proposer du mobilier avec coussins assortis, jusqu'à l'offre actuelle incluant canapés d'intérieur et d'extérieur, literie et housses de protection, notre objectif reste inchangé : répondre aux besoins des clients d'aujourd'hui, grâce à un vaste éventail de gammes de produits.

COMMENT QUALIFIERIEZ-VOUS LE PRINCIPAL ATOUT MARKETING DE MEMOS ?

En un mot, Sunbrella®. Sunbrella est la marque préférée de nos clients en ce qui concerne les applications intérieures et extérieures, car les tissus proposés maximisent le confort personnel de leurs utilisateurs, tout en allongeant la durée de vie de leur mobilier.

Memos se différencie également sur le marché en suivant de très près les préférences des clients, en constante évolution. Par exemple, nous allons diversifier les canaux de distribution de nos produits. La vente de mobilier d'extérieur et la distribution de produits sont des secteurs qui sont encore dominés par de grandes chaînes de supermarchés et autres distributeurs. À l'avenir, le commerce électronique deviendra un supplément efficace aux canaux de distribution existants, et augmentera l'efficacité des ventes de mobilier d'extérieur et produits associés. Memos est à l'avant-garde dans ce secteur et s'adapte en conséquence.

QUEL EST LE RÔLE JOUÉ PAR SUNBRELLA DANS LE SUCCÈS QUE CONNAÎT MEMOS SUR LE MARCHÉ ?

En premier lieu, nous continuons à proposer les tissus Sunbrella en tant que matériau principal de nos gammes de mobilier d'intérieur et d'extérieur. Sunbrella est synonyme d'excellence, de qualité et offre un design extraordinaire. Nous pensons que les clients continueront à plébisciter Sunbrella, et Memos rendra la pareille.

Ensuite, nous utilisons depuis quelques années un système de Conception Assistée par Ordinateur qui nous a beaucoup aidés en termes de conception des produits et de stockage des dessins de conception. Nous avons adopté une production mécanisée qui optimise l'efficacité et diminue les coûts de main-d'œuvre. Cela permet à Memos d'être une entreprise agile et de rester à l'avant-garde en matière de design.

“

LES CARACTÉRISTIQUES ET LA CONCEPTION DES TISSUS SUNBRELLA FONT RESSORTIR LES ATOUTS ET LE SPLENDIDE DESIGN DE NOS PRODUITS.

MO XUNJUN

Directeur Général Adjoint, Memos Bedding





QUELS SONT LES MEILLEURS ATOUTS DE VOTRE ENTREPRISE ?

Nous avons maintenant plus de 10 années d'expérience de production réalisée grâce à cette technologie, et qui occupe une grande place sur le marché local. Nos équipes des ventes, sur le plan national et international, sont solides, ce qui nous permet de capter rapidement la demande du marché. En termes de matières premières, nous utilisons principalement les tissus Sunbrella pour nos produits. Par conséquent, la conception de qualité supérieure de nos produits nous permet d'avoir la confiance de nos clients.

COMMENT RÉSUMERIEZ-VOUS VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE À LONG TERME ?

Dans l'environnement commercial que nous connaissons actuellement, se limiter à proposer la fabrication d'équipements et de coussins n'est pas suffisant pour répondre aux besoins de nos clients et à nos propres besoins de développement. Nous poursuivons donc nos efforts de développement de mobilier d'intérieur et d'extérieur, en y consacrant les investissements nécessaires. Notre stratégie de gestion globale s'appuie toujours sur la production et la vente de coussins, mais nous mettrons beaucoup d'énergie à assurer la fabrication et la vente de mobilier d'intérieur et d'extérieur.

COMMENT GLEN RAVEN TRAVAILLE-T-ELLE EN TANT QUE PARTENAIRE DE MEMOS ?

Je suis fier de pouvoir dire que depuis 13 ans, nous faisons partie de la famille Glen Raven et Sunbrella. Dans le domaine du mobilier d'extérieur haut de gamme, notre entreprise a adopté depuis de nombreuses années plusieurs gammes de tissus Sunbrella. Les caractéristiques et la conception des tissus Sunbrella font ressortir les atouts et le splendide design de nos produits. Les tissus Sunbrella renforcent notre confiance en nos produits, et facilitent leur promotion.

En tant que partenaire commercial et amical de longue date, Glen Raven nous transmet systématiquement les dernières tendances du secteur du mobilier d'extérieur, ainsi que les actualités sur ses produits. Ce type de partenariat nous aide beaucoup dans le cadre de notre activité R&D. Glen Raven nous propose également la dispense de formations professionnelles destinées à nos employés, ce qui nous aide à mieux comprendre les caractéristiques des tissus Sunbrella et facilite nos ventes de produits. Glen Raven, c'est un partenaire qui présente tous les atouts dont vous pouvez rêver, et bien plus encore.

Disponible sur [memos.com.cn](https://www.memos.com.cn)





SE SENTIR CHEZ SOI TOUT AU BOUT DU MONDE
L'ENTREPRISE YOTRIO GROUP

Yotrio Group est l'un des plus importants fabricants de gammes de produits d'extérieur à l'échelle mondiale. Cette entreprise familiale a été créée en Chine en 1992. Il s'agissait alors d'une entreprise de création et de fabrication de parapluies. Aujourd'hui, elle est considérée comme le principal fabricant de mobilier d'extérieur de Chine, et ses clients sont répartis dans le monde entier.

Yotrio Group attribue son succès sur le marché mondial à son engagement sans faille en matière de Recherche & Développement. En effet, le Groupe investit chaque année 1,5 % de son chiffre d'affaires brut en R&D, ce qui se traduit par une profonde compréhension des goûts des clients, en constante évolution, et par l'élaboration d'un vaste portefeuille de produits répondant à ces tendances.

Au cours d'une récente interview, Robert Sayre, Directeur Général Adjoint de Yotrio Group, a relaté l'histoire de l'entreprise : au départ fabricant de parapluies, l'entreprise a bénéficié de la croissance de la classe moyenne en Chine et s'est diversifiée en proposant du mobilier d'intérieur et d'extérieur. Il nous a expliqué comment Sunbrella® jouait un rôle clé dans la mission que s'est fixée Yotrio : réinventer le parasol.

QUEL EST L'HISTORIQUE DE YOTRIO GROUP ?

Depuis la création de cette entreprise familiale au début des années 1990, Yotrio Group fabrique du mobilier d'extérieur. Le premier produit que nous avons commercialisé, ce sont des parapluies, qui devenaient des articles très appréciés à ce moment-là. Au fil des ans, nous avons ajouté des pavillons de jardin, des meubles, et plus récemment des foyers de jardin. Aujourd'hui, Yotrio Group est une entreprise cotée à la Bourse de Shenzhen, et la majorité des parts est toujours entre les mains de la famille. Au cours de trois décennies de gestion par la famille Xie et grâce à sa grande connaissance du secteur, Yotrio a pu mieux comprendre les besoins de ses clients. Plus important encore, elle a pu déterminer de quelle façon faire évoluer le marché mondial.

COMMENT YOTRIO A-T-IL ACCOMPAGNÉ L'ÉVOLUTION DES GOÛTS DE SES CLIENTS DEPUIS SA CRÉATION ?

Grâce à nos équipes de conception et de ventes, nous parvenons à collaborer étroitement avec tous nos clients et à définir avec eux leurs besoins de mobilier d'extérieur. Nous suivons de près les

tendances du marché pour mettre chaque année sur le marché des produits innovants. Par ailleurs, nous mettons tout en œuvre pour trouver de nouvelles méthodes de conception et de fabrication de nos produits. Par exemple, Yotrio investit 1,5 % de son chiffre d'affaires annuel en R&D, afin de trouver de nouvelles avancées en termes de matériaux et de tendances design. Et nous employons plus de 350 ingénieurs et designers qui évaluent et interprètent les données, analysent et testent le matériel, et sélectionnent ce qui présente le plus d'utilité. Ces travaux de recherche se transforment alors en développements (les designers et les ingénieurs de Yotrio produisent plus de 6 000 échantillons par mois). Les résultats pratiques de nos efforts de R&D sont tout de suite reconnaissables (longévité et grande qualité du mobilier notamment, proposé à un prix raisonnable, dans un style très actuel et recherché).

DÉCRIEZ LES PRINCIPALES TENDANCES AUXQUELLES YOTRIO RÉPOND ACTUELLEMENT.

Le secteur du mobilier d'extérieur est en constante évolution. Nous avons commencé notre activité en tant que simple fabricant de parapluies. Aujourd'hui, nos





vastes gammes de produits incluent du mobilier en métal, en osier synthétique, de salle à manger, à assise profonde, à siège suspendu, avec coussins, et bien sûr des parasols et parasols excentrés. Nous n'utilisons plus le terme « Patio » pour décrire un espace extérieur. Désormais, nous parlons de « salon d'extérieur ». Yotrio propose des foyers et des pavillons de jardin, ainsi que des éclairages pour compléter ces gammes de mobilier d'extérieur.

COMMENT YOTRIO SUIT-ELLE CES TENDANCES ?

Pour répondre aux demandes du marché, en constante évolution, Yotrio a créé deux nouvelles activités qui y répondent :

- **SunVilla** – Notre marque SunVilla est spécialisée dans le mobilier d'extérieur haut de gamme aux États-Unis. Elle propose une sélection de designs élégants et de grande qualité, principalement en aluminium et en osier synthétique. SunVilla met également tout en œuvre pour offrir une grande simplicité d'utilisation et un service clientèle inégalé. Cette marque s'adresse tout particulièrement au segment haut de gamme de cette catégorie.
- **Royal Garden** – L'une de nos marques

créées récemment, Royal Garden est spécialisée dans la part commerce électronique de l'activité. Depuis sa création en 2011, Royal Garden est devenue une marque de mobilier de plein air offrant un vaste éventail de modèles et de matériaux. Cette marque joue également un rôle important dans la définition d'une expérience positive en matière de mobilier d'extérieur.

QUELLE EST LA DÉFINITION DE LA QUALITÉ SELON YOTRIO ?

Yotrio est fière de la confiance que lui témoignent ses clients depuis sa création. L'une des façons de préserver cette confiance réside dans la conduite de tests scientifiques et de contrôles stricts. Notre centre de test et d'inspection de plus de 1 200 m² est une coentreprise que nous partageons avec Bureau Veritas Goup (instance de contrôle indépendante), qui valide la précision de nos procédures de test et confirme la précision de nos équipements de test (ainsi que l'exactitude de nos normes). Nos techniciens réalisent par ailleurs plus de 100 types d'analyses (dont neuf catégories de test couvrant chaque aspect d'un produit, de ses matériaux et performances, dans différentes conditions environnementales).

COMMENT GLEN RAVEN TRAVAILLE-T-ELLE EN TANT QUE PARTENAIRE DE YOTRIO ?

Nous sommes fiers de pouvoir considérer Glen Raven comme un partenaire commercial. Cette entreprise fait partie de la famille Yotrio depuis une décennie. Notre marque haut de gamme SunVilla travaille étroitement avec l'équipe de conception de Glen Raven Custom Fabrics pour élaborer les tissus les plus adaptés à nos finitions. Glen Raven collabore étroitement avec nos principaux clients, pour les aider à coordonner les tissus et leurs surfaces de vente.

Nous utilisons des tissus Sunbrella® que le client utilise comme base pour ensuite ajouter des coussins pleins de couleurs et de vie. Nous pensons que chaque client peut concevoir un salon d'extérieur optimal grâce à l'utilisation de couleurs unies neutres associées à des tissus de coussins texturés et aux motifs colorés. Cette approche de sélection nous a permis de réinventer les espaces extérieurs de nos clients et les parasols qui s'y trouvent.

Disponible sur [yotrio.com](https://www.yotrio.com)

“

NOUS N'UTILISONS PLUS
LE TERME « PATIO »
POUR DÉCRIRE UN
ESPACE EXTÉRIEUR.
DÉSORMAIS, NOUS
PARLONS DE « SALON
D'EXTÉRIEUR ».

ROBERT SAYRE
Directeur Général Adjoint, Yotrio Group



UNE VISION PARTAGÉE

ACADEMY AWNING, CABANAS BY ACADEMY DES SURFACES
OMBAGÉES DIFFUSÉES DANS LE MONDE ENTIER



Au vu des prix des terres et de l'immobilier en Californie du Sud, les entreprises cherchent constamment à mettre au point des solutions créatives afin de maximiser l'espace qu'elles possèdent. C'est exactement ce qu'a fait l'école Calvary Christian School basée à Pacific Palisades lorsqu'elle a acheté des tables destinées à une cour intérieure située tout à côté d'un terrain de sport, pour que les étudiants puissent s'y rassembler et partager leur déjeuner.

Mais ce que cette école n'avait pas prévu, c'était la météo qui risquait d'entrer en jeu... Lorsque le soleil brillait, les étudiants étaient exposés aux rayons UV très nocifs. Lorsqu'il pleuvait, ils ne pouvaient pas s'asseoir sans être trempés. Recherchant une solution, l'école s'est tournée vers Academy Awning, Inc., une entreprise de Los Angeles totalisant plus d'une centaine d'années d'expérience en élaboration de solutions de surfaces ombragées pour les grandes marques et les entreprises du classement Fortune 100 de Los Angeles.

« En collaborant avec les services généraux de l'école, nous avons vérifié que nous avions bien compris les besoins avant de dépêcher un concepteur et un ingénieur Academy », indique Michael Richman, Vice-Président d'Academy. « Nous avons collaboré avec Calvary afin de concevoir une structure alliant la couverture des tables et la présence d'un panneau ombragé séparant le terrain de sport et les tables ».

Une fois le projet en phase de rendu, les concepteurs Academy se sont appuyés sur les équipements de CAD (Computer Automated Design) pour montrer à l'école Calvary Christian à quoi ressemblerait le projet une fois terminé, dans ses moindres

détails. Academy a pu reproduire avec exactitude le rendu du projet avant le début de la phase de fabrication. Cette approche a ainsi optimisé l'expérience d'achat du client et a permis de définir les attentes quant au produit fini.

« Ce qui différencie Academy de ses concurrents, c'est que nous sommes une entreprise dirigée par une équipe commerciale et marketing », précise Michael. « Le projet Calvary est un exemple de notre approche en matière de solutions ombragées destinées aux clients de toute taille répartis dans l'ensemble de la Californie, des États-Unis et dans le monde entier »

Academy Awning occupe une place de leader dans le domaine de la fabrication et de l'installation d'auvents, de marquises, de parasols, de structures ombragées et de kiosques commerciaux. Ses clients (secteurs de la restauration, de l'hôtellerie, de la vente au détail et des entreprises commerciales) sont répartis dans les différents États des États-Unis, ainsi que dans 15 autres pays. Les locaux d'Academy à Los Angeles, d'une superficie de près de 3 000 m², sont dédiés à la conception et à la fabrication de chaque produit, afin qu'il respecte scrupuleusement le cahier des charges.

« Nous avons associé la qualité de nos produits et services à l'expérience d'experts du secteur, afin de pouvoir offrir des modèles exceptionnels aux entreprises du monde entier », déclare Jim Richman, Fondateur et Président d'Academy. « Quarante pour cent de notre activité provient de régions situées hors de la Californie, ce qui nous positionne en tête des entreprises pour les projets de kiosques





commerciaux pour les restaurants, hôtels et complexes touristiques à l'échelle nationale, ainsi que pour les applications de vente au détail ».

Pour Jim, posséder l'Academy Awning est un rêve devenu réalité. En 1984, Academy Tent and Canvas connaissait un vif succès en Californie du Sud, en tant que fabricant de structures pour tentes destinées à un usage résidentiel et commercial. L'entreprise ne s'est pas spécialisée dans les auvents au cours de la décennie suivante, mais au tournant des années 1990, ils sont devenus très populaires. L'entreprise a alors eu un choix à faire.

« C'était en fait un choix simple », rappelle-t-il. « C'était soit ajouter une division Auvents, soit vendre la totalité de l'entreprise. C'est cette dernière solution qui a été choisie ».

Jim, qui faisait à l'époque partie de la direction du classement Fortune 500, a été présenté aux propriétaires par un ami commun. Il n'avait encore jamais été propriétaire de sa propre entreprise, mais il fut irrésistiblement attiré par cette aventure mystérieuse, comme cela se produit parfois avec les cadres d'une quarantaine d'années. Il a donc acheté l'entreprise en 1990, et 20 ans plus tard, il en a pris totalement les rênes au moment où les précédents propriétaires décident de gérer leur propre activité de tentes.

En référence au riche historique de l'entreprise, Jim a baptisé sa nouvelle acquisition Academy Awning (auvent d'école) et a réparti son activité en deux gammes de produits principales destinées à des applications commerciales uniquement : auvents et kiosques, ces derniers étant gérés par Cabanas by Academy. Son fils Michael est devenu partenaire de cette entreprise privée en 2011, après avoir fait carrière dans l'univers de la finance ; tous deux partagent la même vision pour l'entreprise, qui vient de fêter son 25^{ème} anniversaire.

« Cabanas by Academy est une société de conception et de fabrication de kiosques et de structures ombragées personnalisés, qui traduisent les attentes de nos clients en une expérience des espaces extérieurs propice aux interactions et aux transformations », déclare Jim. « Nous sommes passionnés par les défis à relever pour nos clients, et nous travaillons sans relâche pour garantir que nos produits permettront d'optimiser leur espace, et par là même occasion, la relation entre l'environnement et ceux qui l'occupent ».

Le Ritz-Carlton et Four Seasons sont deux exemples de clients à l'international qui font appel à Cabanas by Academy pour leurs kiosques (et lui confient la conception, la fabrication et l'installation). L'entreprise travaille également avec Starbucks, Westin, l'hôtel Wilshire, Beverly Hills Plaza, Trader Joe's et Whole Foods notamment, parmi son portefeuille de clientèle de marque internationale. « Ce qui fait le succès de notre entreprise, c'est un état d'esprit orienté marketing et un service client de





“

NOUS AVONS ASSOCIÉ LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS ET SERVICES À L'EXPÉRIENCE D'EXPERTS DU SECTEUR, AFIN DE POUVOIR OFFRIR DES MODÈLES EXCEPTIONNELS AUX ENTREPRISES DU MONDE ENTIER.

JIM RICHMAN

Fondateur et Président d'Academy Awning

premier ordre », précise Michael. « Nos designers sont totalement impliqués dans le déroulement de chaque projet, et ils tiennent compte des dernières tendances en matière de tissus pour les différents secteurs dont nos clients font partie ».

Academy Awnings et Cabanas by Academy ont un autre argument à faire valoir quant aux dernières tendances de tissus : Sunbrella®.

« La marque Sunbrella est une marque de légende dans notre secteur d'activité », précise Jim, qui connaît la réputation de la marque depuis près de 30 ans, et qui fait appel à elle depuis le lancement de son entreprise. « S'il y a bien un nom de marque que les clients connaissent, c'est Sunbrella ».

La filiale de distribution de Glen Raven (Trivantage®), fournit les tissus dont l'entreprise a besoin, et la représentante commerciale senior Lydia Kauffman est à la tête d'une équipe qui transmet des idées novatrices aux Richman et à leurs designers, et répond à leur besoin de se tenir à l'affût des styles plébiscités par les clients.

« Notre entreprise retire une grande force de ses relations avec Trivantage », ajoute Jim. « Je considère Lydia comme la prolongation de nos équipes de conception et marketing. Elle ouvre grand ses oreilles sur le terrain et nous en rapporte constamment des conseils sur les dernières tendances et les dernières couleurs à la mode ».

Disponible sur academyinc.com



PRODUITS GÉOSYNTHÉTIQUES

APPORTENT DE LA MODERNITÉ AU PROJET D'AQUEDUC OBSOLÈTE

En 1918, le monde était différent. Les États-Unis créaient les fuseaux horaires et approuvaient le changement d'heure ; le Président Sud-Africain Nelson Mandela naissait et la Première Guerre mondiale prenait fin. Et à cette même époque, il y a 100 ans, on assistait à l'installation de l'Elan Valley Aqueduct, destiné à acheminer l'eau entre l'Elan Valley, au Pays de Galles, et la ville de Birmingham, en Angleterre.

Les conduites remontant à l'époque Edwardienne ne peuvent plus satisfaire la demande au 21^{ème} siècle. Actuellement, l'aqueduc alimente en eau 1,2 million d'habitants, déversant près de 300 millions de litres d'eau chaque jour. Severn Trent Water, une société privée, s'est rendue compte que la capacité des conduites était bien inférieure aux besoins actuels (et futurs) de la ville. Elle a donc élaboré un projet de remplacement des conduites. Mais cela était tout sauf une tâche facile. En effet, la topographie de l'Elan Valley (qui contient six réservoirs d'eau nichés dans une région vallonnée) laissait entrevoir les difficultés que Severn Trent aurait à surmonter. Pour trouver une solution, l'entreprise s'est alors tournée vers Geosynthetics Limited, distributeur de Strata Systems au Royaume-Uni.

« A la base, nous disposons d'un ancien tunnel approvisionnant la ville en eau à partir de l'Elan Valley », indique Phil McGoldrick, directeur des affaires géotechniques internationales chez Strata. « Severn Trent avait besoin de forer une conduite de dérivation sur la partie latérale de la montagne. Cela impliquait l'utilisation d'un équipement lourd et d'une plateforme renforcée sur laquelle travailler. C'est quelque chose d'assez difficile à imaginer dans une région vallonnée et montagneuse ».

Pour soutenir les machines, Geosynthetics recommande alors le recours à des parois renforcées (RSW - Reinforced Soil Walls) composées de StrataGrid® et de matériaux prélevés sur le site après excavation. La structure RSW affichait une longueur de 160 mètres, une hauteur maximale de 14 mètres et un angle de pente de 85 degrés. Une plateforme de travail renforcée a été construite sur le mur de soutènement quasiment vertical, capable de supporter le poids d'une grue de 1 000 tonnes utilisée pour assembler une machine TBM (Tunnel Boring Machine) et l'équipement de 150 tonnes qui a servi à creuser la conduite de dérivation. « Pour tout cet équipement, nous

avons dû maximiser la zone de travail pour l'adapter à ces machines, en plus du mur de soutènement », précise M. McGoldrick. « Nous avons donc opté pour une surface verticale ».

Pour construire le mur de soutènement renforcé, 43 couches de StrataGrid uniaxial ont été combinées à des matériaux récupérés sur le site lors de l'excavation du tunnel.

« Ce projet se situait géographiquement au centre du Pays de Galles », indique M. McGoldrick. « La première carrière de pierres se trouve à des kilomètres de là ; par conséquent, apporter des roches aurait été extrêmement coûteux et assez peu écologique, comme cela suppose le dynamitage de la roche, puis l'acheminement des éclats rocheux sur le site du projet. En matière de géogrilles au Royaume-Uni, le principal problème réside dans le fait de pouvoir travailler avec des sols obtenus sur le site du projet lui-même. C'est un exemple classique de la façon dont StrataGrid peut être utilisé avec des sols de qualité médiocre, pour garantir une réutilisation sur la durée ».



“

CHEZ STRATA, NOTRE OBJECTIF RESTE L'OFFRE DE SOLUTIONS INNOVANTES, RENTABLES ET ÉCOLOGIQUES.

PHIL MCGOLDRICK
Directeur des affaires géotechniques internationales, Strata Systems

Cela permet de diminuer l'empreinte carbone, grâce à l'utilisation de matériaux prélevés sur le site avec StrataGrid, et cela raccourcit le calendrier du projet, ainsi que son coût global.

« L'autre option pour ce type de structure consistait à construire une paroi en béton d'une hauteur de 14 mètres », ajoute M. McGoldrick. « Cette solution aurait été environ 40 % moins chère, et encore une fois, on ne peut pas trouver de béton dans la région, cela aurait donc impliqué d'en acheminer jusqu'au site. Le transport aurait augmenté l'empreinte carbone et le coût du projet, sans compter le temps de construction d'une paroi en béton, qui risquait de doubler la durée du projet. En effet, construire une paroi en béton de cette hauteur et de cette longueur peut prendre environ quatre mois, et nous avons construit la nôtre en huit semaines ».

Même si sa construction n'a pas été trop longue, la paroi verticale a la capacité de tenir bon.

« StrataGrid est fabriqué à base d'un polymère appelé polyester, ce qui offre une résistance à la traction très élevée par

rapport au poids de polymère », détaille-t-il. « Par exemple, pour une poutre en béton, la performance de compression est satisfaisante. Mais si vous ajoutez de la traction, ça casse. C'est pour cette raison qu'il y a des tiges en acier à l'intérieur. Si le sol est le béton, StrataGrid est le renforcement d'acier. L'utilisation de la géogrille en couches verticales crée une structure composite. Le polyester affiche une résistance à la traction très élevée, ainsi qu'une durabilité à long terme. Une structure comme celle-ci a une durée de vie de 120 ans ».

C'est le premier projet de ce type au Royaume-Uni, et M. McGoldrick pense qu'il ne s'agit là que d'un début. « Il s'agit non seulement du premier projet associant géogrille et matériaux récupérés sur le site, mais de la structure la plus haute de ce type jamais réalisée au Royaume-Uni », précise M. McGoldrick. « On nous a demandé de dupliquer ce projet à l'échelle mondiale. Chez Strata, notre objectif reste l'offre de solutions innovantes, rentables et écologiques. Ce projet est la quintessence de cet objectif ».

Disponible sur strataindia.com

LA COMPLEXITÉ DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL À L'ÉCHELLE MONDIALE





Barcalounger Outdoor Living, une Division de Pacific Casual, LLC

En 2003, une équipe de cadres supérieurs de Glen Raven Inc. s'est rendue dans une étendue de terres agricoles du Sud-Est de la Chine afin de déterminer la faisabilité de la construction de l'entité Glen Raven Asia (GRA) à Suzhou, ville économique clé de la province de Jiangsu et reliée économiquement à la ville la plus peuplée du monde : Shanghai. Suzhou faisait partie des villes chinoises visitées par Glen Raven lorsqu'il était à la recherche d'un site stratégique pour construire le premier centre de production de l'entreprise hors des États-Unis. La décision s'est portée sur Suzhou, car c'est une ville en pleine émergence, dont la situation géographique pouvait aider Glen Raven à répondre à la demande des clients en termes de qualité des tissus, tant en Chine que dans l'ensemble de l'Asie.

« Dans l'environnement commercial complexe que nous connaissons à l'échelle mondiale, les entreprises doivent travailler au plus près de leurs clients et prospects », déclare Leib Oehmig, PDG de Glen Raven. « Notre présence en Asie renforce notre position sur le marché mondial, et optimise le potentiel infini de Glen Raven pour les décennies à venir ».

Les économistes restent optimistes quant aux tendances globales relevées en Chine, soit la deuxième économie mondiale. Selon le magazine *The Economist*, qui suit l'émergence de ce pays depuis des décennies, la principale économie d'Asie devrait enregistrer une croissance en hausse de près de 6 % en 2018, juste

derrière l'Inde (qui connaît la croissance la plus forte du monde, avec des prévisions à près de 8 %). Ces prévisions sont de bon augure pour les entreprises désireuses d'investir sur de nouveaux marchés, dans de nouvelles opportunités commerciales et avec de nouveaux partenaires.

« La volatilité de l'environnement commercial mondial constitue un défi, au mieux, mais les entreprises doivent rester dans l'arène si elles souhaitent réussir à long terme », indique M. Oehmig. « Nos locaux de Suzhou nous offrent une opportunité d'expansion et d'innovation, au plus près de nos clients, mais ils nous permettent aussi d'occuper une place stratégique pour aider les clients dans leurs besoins d'approvisionnement en Asie, en Europe et au-delà ».

Actuellement, près de 15 ans après la transformation de ces terres agricoles en site GRA, ce centre polyvalent gère à la fois les activités de développement de produits de Glen Raven, de marketing, d'approvisionnement et de fabrication en Chine, et dans l'ensemble de l'Asie pour les marques Sunbrella® et Dickson® de fabrication de tissus hautes performances. Nombreux sont les clients de GRA implantés aux États-Unis qui possèdent des installations de fabrication en Chine : c'est le cas par exemple de Pacific Casual, LLC.

Le siège social de Pacific Casual se trouve à Camarillo, en Californie, et l'entreprise possède une usine de production à Hangzhou, en Chine, ainsi que des

bureaux à Shanghai et aux Philippines. L'entreprise a fait ses débuts dans le secteur du mobilier d'extérieur en produisant des structures et kiosques de jardin, puis a élargi son offre en incluant des salles à manger et des canapés à assise profonde. Pacific Casual a récemment conclu un partenariat avec la marque Barcalounger et a lancé avec elle la gamme Barcalounger Outdoor Living (BOL), mobilier de plein air destiné à un marché spécialisé. Chaque collection BOL inclut des pièces signées, telles que des fauteuils inclinables à trois positions, des fauteuils berçants pivotants ou des fauteuils pivotants lounge.

Très tôt, Pacific Casual a eu besoin de construire un centre de production en Chine pour rester compétitive sur le marché américain et pour répondre à la demande des clients de la classe moyenne situés hors des États-Unis.

« La croissance de cette catégorie de clients en Chine et en Asie génère une demande de produits d'extérieur de grande qualité », indique Dale Boles, PDG de Pacific Casual. « Notre unité de production implantée en Chine nous permet de répondre rapidement aux commandes et nous offre une position stratégique favorisant notre expansion dans la zone Pacifique, Taiwan et Australie. »

M. Christian T. Lundblad, professeur de gestion financière et adjoint du doyen de l'UNC Kenan-Flagler Business School, précise que pour réussir dans la complexité actuelle des opérations commerciales à



Disponible sur barcaloungeroutdoorliving.com

l'échelle mondiale, il est souvent nécessaire d'implanter son siège social dans un pays et son centre de production dans un autre. Mais, ajoute-t-il, les entreprises qui adoptent cette approche doivent être préparées à surmonter les difficultés et à profiter des avantages d'une telle situation au sein d'une économie mondialisée.



DR. CHRISTIAN T. LUNDBLAD

« La complexité de ce type de dispositif est extrêmement importante et dépend de ce que vous souhaitez faire dans d'autres pays, » déclare M. Lundblad. « Le défi à relever pour les entreprises implantées aux États-Unis ou en Europe de l'Ouest, et qui réalisent la fabrication dans un autre pays réside dans la gestion des différences sur le plan de la réglementation locale appliquée aux entreprises. »

Par exemple, note-t-il, la propriété intellectuelle et les protections environnementales sont très différentes en Asie et aux États-Unis.

« Certaines protections que l'on considère comme acquises aux États-Unis sont terriblement complexes dans d'autres pays,

voire obscures », illustre-t-il. « Ce n'est pas comme changer d'État, pour reprendre l'exemple des États-Unis. Les différences, les nuances dans la réalisation des opérations dans un autre pays doivent être prises en compte pour que le changement soit positif. »

Lorsqu'on lui demande pourquoi les entreprises textiles sont florissantes en Chine depuis longtemps, M. Lundblad répond que dans ce pays (comme dans d'autres pays du reste de l'Asie), la classe moyenne est en augmentation, et le taux de croissance enregistré est à deux chiffres.

« Actuellement, la classe moyenne chinoise est à la recherche de produits plus intéressants, et accorde une grande importance à la qualité », précise-t-il.

« Bien sûr, il y a toujours des limites aux niveaux de croissance que peut enregistrer un pays, mais la Chine poursuit sa percée en tant qu'économie mondiale, car elle est agile et réactive. »

Pacific Casual, qui a conclu un partenariat avec Glen Raven dès sa création, voit son potentiel de croissance en Asie se développer dans le secteur des tissus hautes performances, bien conçus, et de très grande qualité. Par conséquent, indique M. Boles, cela valide la stratégie de Pacific Casual en matière de fabrication, et son souhait d'entretenir des relations privilégiées avec ses fournisseurs.

« L'implantation de Glen Raven Asia à Suzhou est d'une très grande importance pour nous », précise-t-il. « En Chine, les

clients sont maintenant plus soucieux du design, et demandent des motifs, des textures et des matières de plus grande qualité, s'inscrivant dans les tendances actuelles. Avoir accès aux tissus Sunbrella fabriqués dans le pays, cela raccourcit nos délais et nous permet de répondre à la demande de ce marché en pleine émergence. »

Pensez-vous que, selon toute probabilité, les fabricants installés aux États-Unis poursuivront les implantations à l'étranger de leurs centres de production ? Selon M. Lundblad, cette tendance devrait se poursuivre, avec l'émergence d'un nombre croissant de clients de la classe moyenne dans de nombreux pays ; il émet toutefois une réserve :

« Nous assistons encore à un fort niveau d'interconnectivité et de croissance des pays émergents, mais le risque de cette croissance soutenue réside dans les changements de forces politiques dans les économies occidentales », prévient-il. « Il n'y a qu'à voir les courants actuels favorisant l'émergence de populismes, ou encore une mise à distance de la mondialisation, qui sont déjà entrés dans l'histoire. Et les conséquences pour le monde émergent sont encore inconnues ».



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 Andersen
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

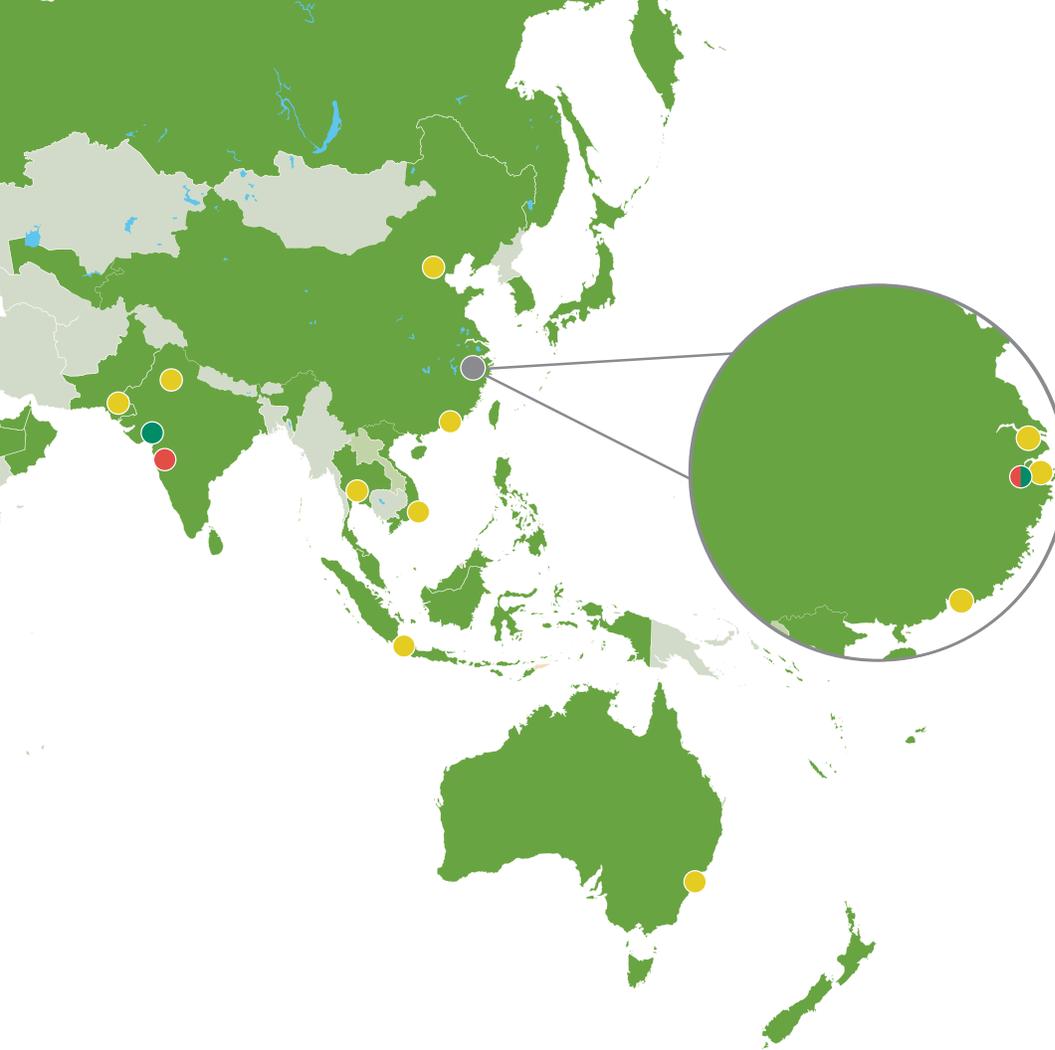
TUNALI TEC

- Tunali Tec Cuernavaca
Jiutepec, Morelos
Mexique
800.00.886254
- Tunali Tec Guadalajara
Guadalajara, Jalisco
Mexique
800.00.886254

DICKSON-CONSTANT

- Siège social
Wasquehal, France
33.(0)3.20.45.59.59
- Dickson-Constant Italia SRL
Gaglianico, Italie
39.015.249.63.035
- Dickson-Constant GMBH
Fulda, Allemagne
49.(0)661.380.82.0

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



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

- 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
Glen Raven, NC
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
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