RAVEN

ÉTÉ 2019 | Nº 30

GLEN RAVEN®

Leib Oehmig
PDG

Il y a près de 140 ans, Glen Raven entama un voyage défini par un changement en profondeur, ce qui lui a permis d'être toujours à l'avant-garde des idées nouvelles. C'est toujours le cas aujourd'hui, ainsi que pour nos clients, dont certains figurent dans ce numéro de Raven aux côtés de solutions créatives apportées par Glen Raven.

Merida, au Mexique, est la ville la plus importante située au cœur culturel de la péninsule du Yucatan. Cette capitale dynamique est réputée pour son rayonnement mondial et son architecture classique de style colonial aux influences espagnoles, françaises, britanniques et néerlandaises. L'alliance des détails architecturaux colorés et de l'influence artistique de la région en fait le décor parfait pour la récente séance photo dédiée à notre marque Sunbrella®.

Comme le révèle l'article présenté en couverture, Merida a donné vie à Sunbrella, tout en illustrant les possibilités presque infinies que la marque offre aux clients. Chez Glen Raven, nous aimons nous laisser inspirer par la passion de nos clients, et quelle meilleure manière de stimuler leur imagination que de leur montrer ce qu'ils peuvent créer avec Sunbrella ?

En parlant d'imagination, Leslie et Paige Temple sont très focalisées sur l'eau. Alors qu'elles étaient en vacances avec leur famille, bardées de sac qui ne cessaient de se renverser et qui ne pouvaient contenir toutes leurs affaires, une idée germa : une idée qui, espéraient-elles, allait résoudre tous leurs problèmes. En résulta Boatgirl, une gamme de sacs au design et au style exceptionnels, à même de résister à l'eau et aux pires intempéries grâce aux tissus Sunbrella.

Chez Awning Mart, une entreprise familiale basée à Cicero, dans l'État de New York, l'inspiration est devenue la norme. On pourrait même dire qu'elle est inscrite dans l'ADN de l'entreprise. Depuis un demi-siècle, Awning Mart fabrique des auvents à usage résidentiel et commercial uniques en leur genre afin de rendre l'extérieur plus confortable et mieux abrité. Le propriétaire de l'entreprise compte sur Trivantage® pour ses idées de développement commercial, notamment pour imaginer le jeu de couleurs et de motifs de Sunbrella qui créent une installation d'auvents digne de ce nom.

Pour finir, nous nous rendrons en Amérique du Sud pour apprendre comment Matrix World Group Chile s'est spécialisé dans la conception technique, le développement et la fabrication d'habits ignifuges à usage industriel d'un bout à l'autre du continent. En Amérique latine, la demande en vêtements de protection va croissante, ce qui a rendu toute naturelle une collaboration avec la famille de tissus GlenGuard®. John Funk nous expose sa décision d'implanter son entreprise au Chili, et explique comment celle-ci a conquis le monde occidental.

S'il existe une cohérence dans ce numéro de Raven, c'est la manière dont d'étroits partenariats commerciaux peuvent donner lieu à de nouvelles collaborations et idées conçues non seulement pour faire avancer une société, mais aussi pour changer le paysage de marchés entiers. Avec une société axée sur la commercialisation et focalisée sur des solutions créatives, allez savoir jusqu'où la prochaine étincelle créative pourra emmener votre entreprise.

Awning Mart, une entreprise familiale depuis trois générations, apporte ombre et confort au centre de New York depuis plus de cinq décennies. | Page 08

RAVEN

ÉTÉ 2019 | Nº 30

02
MERIDA, AVEC SON CÔTÉ ARTISANAL ET MULTICULTUREL, OFFRE RICHESSE ET PROFONDEUR AUX MOTIFS SUNBRELLA

08
AWNING MART : 50 ANNÉES D'OMBRE ET DE CONFORT DANS LE CENTRE DE NEW YORK

12
BOATGIRL : RÉSISTANT, ÉLÉGANT, STYLÉ

17
LES TISSUS GLENGUARD SE PRÊTENT TOUT NATURELLEMENT AUX VÊTEMENTS DE TRAVAIL IGNIFUGES QUI ENFLAMMENT L'AMÉRIQUE LATINE

EN COUVERTURE :

MERIDA, AU MEXIQUE, LA PLUS GRANDE VILLE DE LA PÉNINSULE DU YUCATAN, AVEC SES DÉTAILS ARCHITECTURAUX COLORÉS ET SES INFLUENCES ARTISTIQUES, FUT LE PARFAIT DÉCOR POUR SAISIR LE LOOK ET L'AMBIANCE ARTISANAUX DES ÉTOFFES SUNBRELLA.

MERIDA

LE CÔTÉ ARTISANAL ET MULTICULTUREL DE MERIDA APPORTE RICHESSE ET PROFONDEUR AUX MOTIFS SUNBRELLA®

« NOUS CHERCHIONS UNE TOILE DE FOND SUSCEPTIBLE DE NOUS AIDER À RACONTER UNE HISTOIRE EN METTANT EN AVANT LES QUALITÉS FABRIQUÉES MAIN ET LES DÉTAILS ARTISANAUX DE NOS TISSUS. »

GREG VOORHIS
Directeur exécutif du design chez Glen Raven

À Merida, au Mexique, les alizés balayent les rues chaudes et tropicales bordées de palmiers et de bâtiments en stuc. Depuis le XVIIe siècle, Merida accueille des gens venus des quatre coins du monde qui viennent laisser leur marque sur la ville. Entre les Néerlandais et les Espagnols, les Anglais et les Libanais, les influences architecturales et culturelles se sont entrecroisées pour créer une ville aux strates complexes et imprégnées de culture. Située à 35 km du golfe du Mexique, Merida est aujourd'hui la plus grande ville de la péninsule du Yucatan et représente un carrefour culturel pour les Amériques.

En janvier 2018, Sunbrella® s'est rendu à Merida pour capturer le look et l'ambiance artisanaux des tissus Sunbrella.

« Ce n'était qu'une continuation des séances photo que nous avons faites en Arizona et en Italie, explique Greg Voorhis, directeur exécutif du design chez Glen Raven. L'Arizona avait une allure sauvage et rustique, tandis que l'Italie regorgeait d'une histoire propre à l'Ancien Monde. Ces deux séances se sont focalisées sur des solides et des motifs aux multiples tons. À Merida, nous avons voulu montrer toute la palette de motifs éclatants et de couleurs vives propres à Sunbrella, tout en mettant l'accent sur le décor extérieur. »

Nombre des tissus montrés sont issus de la collection Sunbrella Makers, qui exprime des valeurs de créativité humaine, de savoir-faire et d'individualité à travers ses tissus, même si Voorhis insiste que la séance n'a pas concerné une collection unique.

« Cette séance photo continue de raconter ce que Sunbrella a à offrir, précise Voorhis. Nos produits fonctionnent ensemble et se développent les uns à partir des autres. Nous nous repenchons constamment sur d'anciennes collections et des classiques tout en nous tournant résolument vers l'avenir. En même temps, nos équipes, y compris celles de recherche et de développement, de ventes et de fabrication, continuent toujours d'innover en fabriquant de nouveaux fils et couleurs à même d'améliorer l'histoire de Sunbrella. »

Merida était l'endroit rêvé pour donner vie à ces tissus. La pâleur des édifices, les hauteurs de plafond et les allures coloniales offraient le décor idéal pour présenter une riche palette de couleurs. Les murs et les sols en pierre apportaient un contraste saisissant avec la texture des étoffes et ont aidé à transmettre la douceur des motifs choisis par l'objectif.

« Aujourd'hui, de nombreux consommateurs souhaitent connaître l'histoire ou l'inspiration d'un produit, révèle Voorhis. Nous cherchions une toile de fond susceptible de nous aider à raconter une histoire en mettant en avant les qualités fabriquées main et les détails artisanaux de nos tissus. Merida nous a permis de juxtaposer le caractère propre à l'Ancien Monde aux tissus modernes qui ressortaient sur l'arrière-fond couleur terre. »

Il s'agissait également d'accentuer la longévité et la durabilité des tissus à travers les images.

« Nous voulions donner l'impression d'une nature reprenant ses droits sur le bâtiment, avec des plantes dégoulinant du plafond et s'entortillant par des fenêtres ouvertes, décrit Voorhis. Ces détails contrastaient avec les couleurs vives et les textures riches des tissus, tout en faisant comprendre que les étoffes Sunbrella® résistent à l'épreuve du temps. Nous sommes également passés par des représentations de festivités, des images capturant un lendemain de fête. Les convives auront beau en mettre partout, grâce à la performance et à la facilité de nettoyage de Sunbrella il vous sera possible de vivre réellement chez vous sans craindre de salir vos meubles. »

Une partie de la séance a été consacrée à de nouveaux modes d'utilisation des tissus, y compris le mélange et l'assemblage de motifs ou le jumelage de deux palettes de coloris sur un seul meuble couvert de tissu d'ameublement. Mais les créateurs sont allés encore plus loin. Des tapis faits main aux décorations murales en macramé en passant par les coussins, les jetés, les ottomanes et les abats-jour, presque tous les éléments des photographies ont été fabriqués avec des tissus ou des fils Sunbrella. La plupart des autres détails et articles du décor proviennent d'artisans locaux.

« Le tissu est un des ingrédients d'une pièce, aussi avons-nous voulu montrer les diverses manières dont on peut l'incorporer, expose Voorhis. Nous tenons à être des sources d'inspiration pour nos clients, à leur montrer que le tissu d'ameublement n'est pas l'unique façon d'intégrer des étoffes à un espace. Nous voulons enflammer leur imagination, les inciter à créer quelque chose de beau, d'authentique et de durable.

Au bout du compte, notre but est de stimuler nos clients avec la versatilité et la durabilité de la marque Sunbrella en leur montrant qu'ils ont le pouvoir de créer tout ce qui sort de leur imagination. Les possibilités sont infinies. »

AWNING MART

50 ANNÉES D'OMBRE ET DE CONFORT DANS LE CENTRE DE NEW YORK

Depuis les barbecues de jardin jusqu'aux vitrines des magasins, voilà près de 50 ans qu'Awning Mart fabrique des auvents résidentiels et commerciaux uniques en leur genre pour offrir ombre et confort en extérieur.

« J'aime les projets personnalisés, déclare Doug Loguidice, propriétaire et exploitant d'Awning Mart. Une tente, par exemple, on la monte et on la démonte, point barre. Alors que fabriquer un auvent, c'est quelque chose d'à part. On les fait sur mesure, et c'est ce qui me passionne. »

Awning Mart est une entreprise familiale depuis trois générations basée à Cicero, dans l'État de New York, qui crée sur place des auvents sur mesure, de la soudure de l'encadrement métallique jusqu'à la couture du tissu. Comme ils en sont eux-mêmes les constructeurs, ils peuvent proposer des produits hautement personnalisables, des petites aux grandes tailles, avec toutes sortes de couleurs et de motifs.

« Mon père a monté l'entreprise en 1969, raconte Loguidice. Il travaillait dans la cave et le garage, où il fabriquait des auvents pour les caravanes de camping et les caravanes pliantes. »

Depuis la cave, la société a pris de l'ampleur et s'est mise à proposer des auvents commerciaux et résidentiels en plus des tentes de location. Le père de Loguidice a pris sa retraire en 1992 et, après 50 années d'activité, l'entreprise s'est constitué une solide clientèle et forgé

Awning
Mart
Cicero, NY

une excellente réputation dans le centre de l'État de New York. D'après Loguidice, en théorie, ce travail pourrait être effectué par n'importe qui. Mais si on veut le faire bien et longtemps, il faut aimer s'y mettre chaque jour et tirer fierté de son labeur. Ce qui le passionne dans le marché des auvents, c'est que ceux-ci doivent s'adapter au foyer, au commerce ou à la structure auquel ils sont destinés, sur les plans fonctionnel comme esthétique.

Sous l'égide de Loguidice, l'entreprise d'auvents a grandi jusqu'à couvrir un rayon de plus de 300 kilomètres autour du centre de New York. Là, Awning Mart sert plus de 350 clients résidentiels réguliers pour lesquels ils installent, démontent et entreposent des auvents selon la saison. L'entreprise a également tissé de solides liens commerciaux dans la région. Lockheed Martin, notamment, fait partie de ses clients habituels.

Loguidice dirige 10 employés qui s'occupent des commandes d'auvents, de la conception à l'installation en passant par la fabrication, et ils vont bientôt manquer de place dans leur bâtiment actuel de près de 1350 mètres carrés, qu'ils vont sans doute devoir quitter dans l'année. Ses enfants font partie des employés : sa fille est responsable de magasin, et ses deux fils sont installateurs. Loguidice espère qu'ils pourront un jour lui racheter son fond de commerce, comme lui et son frère l'ont fait avec leur propre père.

Loguidice affirme qu'ils ont toujours utilisé des tissus Sunbrella® et qu'il a remarqué ces dernières années une tendance du marché à préférer la douceur acrylique de Sunbrella aux matières en toile. D'après lui, les consommateurs résidentiels penchent pour une apparence plus douce, et il attribue la hausse des achats d'auvents au fait que les gens investissent potentiellement dans leur maison comme lieu de loisir au lieu de dépenser de l'argent pour partir en vacances. Surtout dans les quartiers plus récents, où les arbres sont plus jeunes et l'ombre naturelle moins présente, un auvent est un luxe qui procure un confort essentiel en extérieur.

L'entreprise a démarré simplement, avec des auvents de caravane, mais elle a grandi en s'adaptant aux goûts des clients. Que ce soit né de l'envie de suivre les tendances, d'idées puisées sur Internet ou du désir de faire de leur jardin une vraie destination de vacances, de nombreux clients font désormais preuve de plus de créativité dans leurs requêtes, d'auvents rétractables aux bâches de pergola. L'équipe d'Awning Mart joue aussi un rôle de consultation dans la conception et le choix des couleurs, des motifs et des matériaux. Par chance, Awning Mart dispose des outils et des compétences nécessaires en matière de fabrication et d'installation pour faire de ces rêves une réalité. La filiale de distribution de Glen Raven, Trivantage®, fournit à l'entreprise les tissus Sunbrella, disponibles dans une grande gamme de couleurs et de motifs relatifs à l'industrie de l'ombre. Trivantage aide également l'équipe de Loguidice à personnaliser les auvents pour ses clients.

Dans les espaces commerciaux, la tendance est encore à des tissus d'allure douce et confortable tout en restant hautement performants. Awning Mart propose aussi des personnalisations pour les commerces, et peut peindre à la main logos et designs sur le produit.

La société est en plein essor, à la fois pour les auvents résidentiels et commerciaux. Après avoir débuté dans la cave familiale, l'entreprise a emménagé dans un bâtiment de plus de 450 mètres carrés doté d'un espace de soudure, avant de prendre ses quartiers dans son QG actuel de près de 1350 mètres carrés. Loguidice affirme qu'il est possible qu'ils quittent cet espace pour un endroit plus spacieux au cours de l'année à venir.

« Quand on est un atelier sur mesure, on peut fabriquer un auvent plus ou moins n'importe où », déclare-t-il.

Ses clients réclament explicitement Sunbrella, dont la réputation est égale à celle qu' Awning Mart s'est forgée au cours d'un demi-siècle : une image de qualité exceptionnelle et d'un savoir-faire supérieur. Résidentiels ou commerciaux, les produits qu'ils fabriquent ont du poids.

« On ne fait pas beaucoup de publicité, avoue Loguidice. Ce qu'on fabrique est d'une telle qualité que ce n'est pas nécessaire. Au fil des ans, on s'est passé le mot. La marque de fabrique de Sunbrella est tellement puissante que les clients la réclament, et on a construit Awning Mart de la même manière. »

Sur le Web à l'adresse theawningmart.com

Des employés d'Awning Mart exécutent des commandes d'auvents, de la conception à l'installation en passant par la fabrication, dans le QG de l'entreprise situé à Cicero, dans l'État de New York.

« LA MARQUE DE FABRIQUE DE SUNBRELLA EST TELLEMENT PUISSANTE QUE LES CLIENTS LA RÉCLAMENT, ET ON A CONSTRUIT AWNING MART DE LA MÊME MANIÈRE. »

DOUG LOGUIDICE
Propriétaire et exploitant d'Awning Mart

« LE CHOIX DE SUNBRELLA® S'EST IMPOSÉ TOUT NATURELLEMENT POUR CES SACS. SES TISSUS RÉSISTENT AUX UV ET SE NETTOIENT FACILEMENT, ET SON NOM EST RÉPUTÉ DANS LE MONDE DES ACTIVITÉS MARINES. »

PAIGE TEMPLE
Co-propriétaire, Boatgirl

BOATGIRL

RÉSISTANT, ÉLÉGANT, STYLÉ

L'eau coule dans les veines des sœurs Temple. De la navigation au kayak, en passant par le paddleboard et la nage, Leslie et Paige se sont toujours senties à l'aise dans les lacs, les rivières et les océans de la Caroline du Nord.

« L'eau a toujours fait partie de nos vies, explique Paige Temple, psychologue pédiatrique et co-propriétaire de Boatgirl. Dans notre enfance, mon père nous emmenait souvent avec nos trois frères et sœurs à Hatteras, sur les Outer Banks, quasiment tous les week-ends. On y faisait du camping, de la pêche, de la nage, du surf, on passait le plus clair de notre temps dans et près de l'eau. Chez nous, à Tarboro, on pêchait ou on pataugeait dans la rivière. »

Il y a trois ans de ça, lorsqu'elles se sont rendu compte que toutes leurs affaires étaient mouillées et désorganisées après une journée passée en bateau, toutes deux se sont mises à imaginer le sac idéal, pas seulement sur le plan de l'apparence mais dans son fonctionnement. Après avoir essayé, échoué et appris de ses erreurs, Boatgirl finit par voir le jour.

« On a tourné autour de l'idée pendant près d'un an, relate Leslie Temple, graphiste et co-propriétaire de Boatgirl. On a fini par se dire qu'on devait soit passer à l'action, soit arrêter d'en parler. On a fini par se jeter à l'eau. J'ai dessiné le logo et on s'est mises à chercher les matières nous-mêmes, du tissu jusqu'au matériel. C'était un processus tout nouveau, et plus on en parlait autour de nous, plus on apprenait. »

Pendant qu'elles concevaient le sac, les sœurs Temple tenaient à éviter une approche de fabrication typique du genre « plus rose, plus petit », soit prendre un produit conçu pour des hommes et le réduire. Elles voulaient surtout créer des sacs pouvant pallier les désagréments du quotidien qu'elles avaient rencontrés sur l'eau, tout en restant stylés et de qualité supérieure.

« Nous voulions fabriquer un sac qui soit à la fois pratique et durable, explique Leslie. Cela impliquait d'utiliser des finitions en acier inoxydable qui ne rouillent et ne se corrodent pas, ainsi que des tissus d'extérieur à même de résister aux éléments sans se ternir. Les matières forment un ensemble unique en son genre qui permet de protéger, d'organiser et de rendre accessibles toutes vos affaires (clés, porte-monnaie, téléphone portable) dans un sac capable de résister à l'épreuve du temps. »

boatgirl

Leslie et Paige Temple,
Propriétaires, Boatgirl

Des sacs de week-end aux cabas en passant par les trousses et les sacoches portées en bandoulière, Sunbrella® était le tissu parfait pour la marque Boatgirl. L'étoffe est fournie par Trivantage®, la filiale de distribution de Glen Raven.

« Le choix de Sunbrella s'est imposé tout naturellement pour ces sacs, relate Paige. Ses tissus résistent aux UV et se nettoient facilement, et son nom est réputé dans le monde des activités marines. Nous utilisons les toiles marines Sunbrella pour le sac principal de la collection Brentano, qui a de magnifiques motifs et couleurs, ce qui ajoute une petite touche supplémentaire aux sacs. Nous aimons aussi le fait qu'ils soient fabriqués aux États-Unis, ce que nous avons en commun. »

Les sacs Boatgirl sont fabriqués à Hendersonville, en Caroline du Nord, ce dont les sœurs Temple tirent une grande fierté.

« Nous avons eu la chance de trouver un fabricant non seulement aux États-Unis, mais dans notre État natal, s'enorgueillit Leslie. Le prix de la main d'œuvre est plus cher car les travailleurs d'ici perçoivent un salaire convenable, mais nous savons que nous contribuons à notre économie et qu'il ne s'agit pas d'un produit qui s'abîmera et qu'on devra jeter à la première occasion. Les mentalités doivent changer, et accepter de payer plus pour un article qui va durer. »

Mais Boatgirl n'est pas qu'un sac, c'est aussi un message d'émancipation, d'aventure et d'indépendance pour les filles et les femmes.

« Les Boatgirls sont partout, déclare Leslie. Ce sont des femmes passionnées et motivées, qui donnent l'exemple et qui sont aussi féroces qu'intrépides. Les Boatgirls sont fortes, intelligentes, stylées et toujours partantes pour l'aventure. Les Boatgirls adorent l'eau, mais sont également centrées sur leurs objectifs et travailleuses, des traits que nous avons appris dès notre plus jeune âge. »

D'une certaine façon, la marque Boatgirl est la lettre d'amour adressée par les sœurs Temple à leurs parents, qui leur ont inculqué des valeurs qu'elles souhaitent voir incarnées par Boatgirl : l'amour de la nature que leur a inspiré leur père, le courage et la détermination légués par leur mère.

« Notre mère avait des idées très progressistes, et nous encourageait toujours à faire de notre mieux, se rappelle Paige. Chez nous, il n'y avait pas d'activités réservées aux filles ou aux garçons. On jouait tous au basket, et on apprenait à changer l'huile d'une voiture. Elle nous disait que, quelles que soient nos envies, il fallait qu'on essaie de les mettre en pratique et de faire du mieux qu'on pouvait. Elle nous a appris à ne jamais rien faire à moitié, et c'est ce que nous souhaitons transmettre à nos clients. »

Boatgirl a vendu son premier sac en 2018, mais l'entreprise est sur le point de prendre son essor. Pour les deux sœurs, Boatgirl n'offre pas que des produits, mais un mode de vie.

« Nous adorerions que Boatgirl ne soit pas qu'un sac, révèle Leslie. Nous voulons que Boatgirl soit une marque qui représente et promeuve une mentalité d'émancipation et l'envie de faire ce qu'on aime. Voilà ce qui nous fait vibrer. »

Sur le Web à l'adresse goboatgirl.com

TISSUS GLENGUARD®

RIEN DE PLUS NATUREL QUE LES VÊTEMENTS DE TRAVAIL IGNIFUGES QUI ENFLAMMENT L'AMÉRIQUE LATINE

John Funk, le président de Matrix World Group, Chile SPA, savait que les marchés des vêtements de travail ignifuges en Amérique du Sud et Centrale débordaient de potentiel lorsqu'il persuada sa société mère basée au Canada d'ouvrir un bureau à Santiago en 2013.

Si la société mère, MWG Apparel Canada, était bien connue pour avoir conçu et fabriqué des vêtements industriels ignifuges (FRC, « flame-resistant clothing »), Funk ne tarda pas à découvrir que lancer une nouvelle marque et percer sur le marché d'une autre hémisphère n'était pas une tâche aisée, même si la demande semblait aller croissante dans la région.

« Nous pensions que le Chili constituait un excellent point de départ pour percer en Amérique latine à cause de sa stabilité et de son ouverture aux marchés extérieurs, explique Funk. Nous nous sommes mis à projeter l'image de la marque dans des salons professionnels comme nous l'avions déjà fait en Amérique du Nord, mais les résultats n'étaient pas les mêmes. Il n'y avait pas de retour sur investissement. »

Funk décida alors de changer l'approche marketing de Matrix World Group du tout au tout. Au lieu d'exposer dans des grands salons professionnels, où il était parfois difficile d'instaurer des interactions significatives avec des clients potentiels

« LES OUVRIERS ONT BESOIN DE TENUES QUI TRAVAILLENT ENCORE PLUS DUR QU'EUX. »

JOHN FUNK
Matrix World Group, Président

Funk comprit que des ateliers et séminaires formatifs de plus petite échelle étaient le lieu idéal pour bâtir des relations constructives avec des acheteurs potentiels, tout en leur apprenant les règles de sécurité et les caractéristiques techniques et de performance uniques des produits de Matrix World Group.

« Nous avons choisi une poignée de clients ciblés, 10 à 15 grands comptes, et les avons réunis dans une petite salle de conférence d'hôtel pour leur présenter nos produits, mais surtout pour apprendre quelles étaient leurs valeurs, explique Funk. Ces ateliers se sont avérés être la plateforme parfaite pour développer des relations étroites avec les clients, tout en offrant des possibilités de formation et en identifiant ensemble des solutions. »

L'approche de Funk ne tarda pas à porter ses fruits, et Matrix World Group trouva sa place dans le marché en pleine émergence. Funk relie ce changement de stratégie marketing à un immense tournant dans l'histoire de Matrix World Group, et fait fièrement remarquer que la société continue de faire affaire avec nombre des personnes qui ont assisté aux premier séminaires. En 2017, Funk fit de Matrix World Group une entreprise indépendante de sa société mère implantée au Canada. Outre le marché national de vêtements ignifuges, Matrix World Group exporte désormais ses produits vers d'autres marchés régionaux tels que l'Argentine, la Colombie, le Panama et le Pérou, ainsi que des petits pays des Caraïbes. Ils se sont même mis à faire affaire en Australie. Matrix World Group fabrique des chemises, pulls, sweats à capuche, pantalons, combinaisons et vestes ignifuges de performance dans une variété de couleurs et de styles pour s'adapter aux besoins de chacun, et tous les produits sont certifiés NFPA 2112-2018 et correspondent aux normes ASTM F1506 et F2621 en termes de résistance aux flammes et de protection contre les arcs électriques.

Et, si l'ampleur et la portée de ses séminaires ont évolué au fil des ans, Funk décrète que la stratégie principale reste la même.

« Établir des relations reste l'essentiel, et nous cherchons toujours de nouvelles manières de construire des réseaux, expose Funk. Mais maintenant, nous souhaitons créer une expérience encore plus personnalisée et ciblée pour le client. »

PROTECCION
ARCO ELECTRICO
CLEANGUARD

Funk est convaincu que les clients potentiels sont en quête d'intégrité, de produits de qualité et d'un excellent service client. « Si vous leur apportez tout cela, vous assurez une fidélité envers la marque », affirme-t-il.

Concernant l'Amérique du Nord, Funk pense que les relations commerciales avec l'Amérique latine nécessitent d'être cultivées et courtisées davantage, tout en mettant l'accent sur une personnalisation zélée. En même temps, il s'est aperçu que les affaires menées en Amérique du Nord semblaient procurer un service client de meilleure qualité. Aux yeux de Funk, cette dichotomie inattendue était une chance.

« Si de nombreuses entreprises nord-américaines endossent la responsabilité de leurs produits pendant toute la durée de leur cycle de vie, bien des sociétés latino-américaines affirment qu'une fois qu'un produit a été acheté, toute la responsabilité incombe au client, explique Funk. Nous avons estimé que ce n'était pas la bonne manière de faire affaire, et nous sommes engagés à offrir un service client d'excellente qualité. »

Cette attention donnée au détail est un plus pour Funk et Matrix World Group lorsqu'il s'agit de découvrir les points problématiques avec les clients, et cette mentalité a donné lieu à plusieurs innovations en matière de produits.

Par exemple, Funk explique que Matrix World Group doit adapter la conception de ses produits aux régions géographiques, car la taille et le poids corporels moyens varient selon les peuples latino-américains. Parmi des exemples similaires, on trouve des renforcements de tissus développés pour des zones à frottement élevée,, telles que les genoux. Quand Funk a appris d'un client que la détérioration des habits à ces endroits était devenue problématique pour les ouvriers de l'entreprise et que cela finissait par coûter cher, il imagina une solution. D'après Funk, Matrix World Group a également emprunté des stratégies au secteur des vêtements de sport, comme des méthodes pour gérer le stress thermique et l'aération des habits.

« Les ouvriers ont besoin de tenues qui travaillent encore plus dur qu'eux, affirme-t-il. Surtout dans des conditions de travail extrêmes et parfois dangereuses, alors nous devons toujours trouver de nouvelles manières d'améliorer nos produits pour ces travailleurs. »

En visitant une mine, où des femmes travaillaient dans des tenues d'hommes, Matrix World Group a également su décerner un vide sur le marché pour les habits ignifuges féminins. En réaction, Matrix World Group créa une nouvelle ligne de vêtements ignifuges spécialement pour les femmes travaillant dans des conditions propices aux risques d'arc électriques ou d'embrasements éclair.

« L'égalité des sexes, notamment dans la main d'œuvre, est un vrai sujet d'actualité dans de nombreux pays d'Amérique latine, souligne Funk. Mais l'ironie, c'est qu'il n'existait aucune tenue ignifuge correspondant à ce problème. »

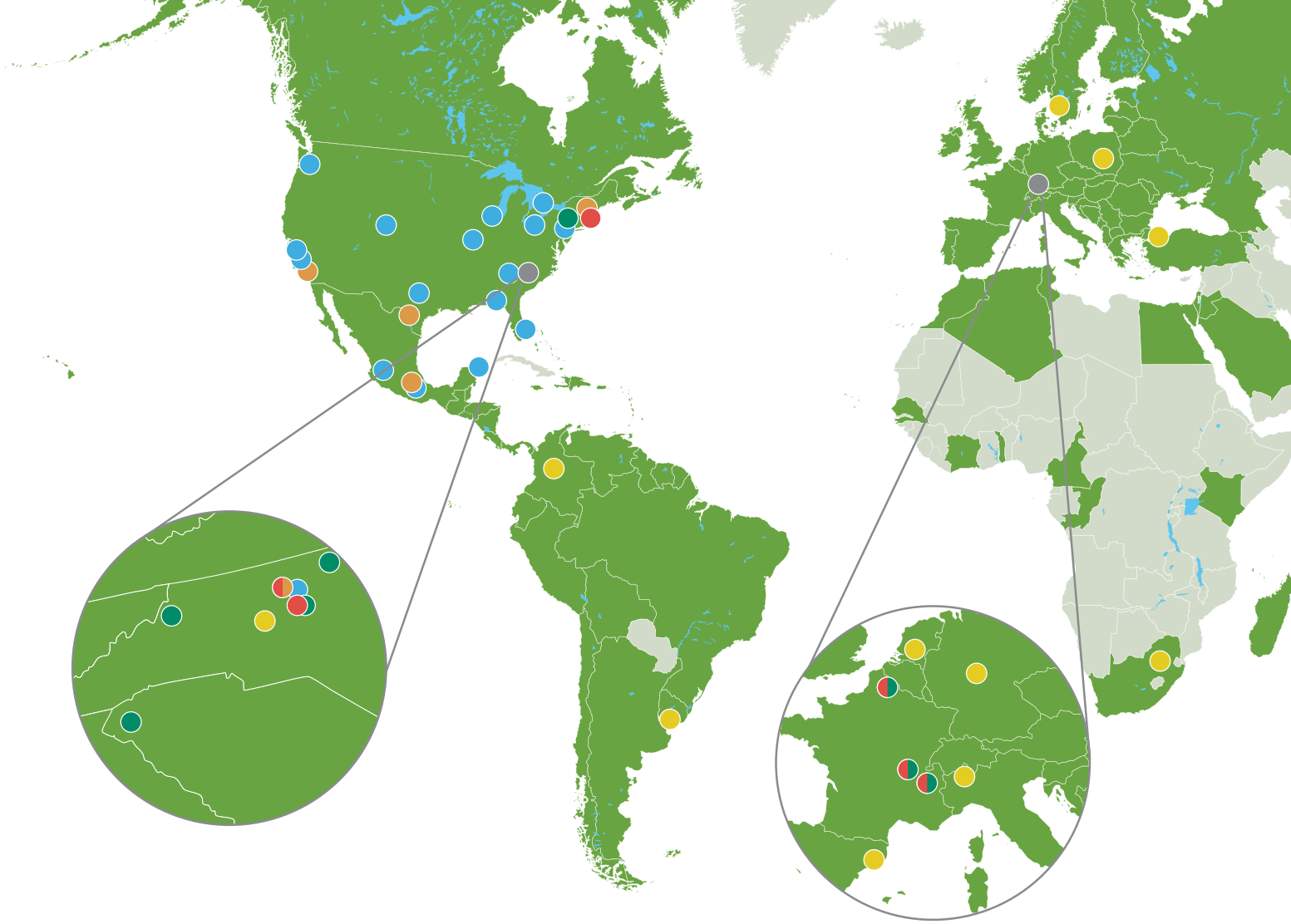
Funk estime qu'une recherche incessante des retours des clients et un désir contant d'améliorer la qualité des produits de Matrix World Group sont les ingrédients essentiels de la réussite de l'entreprise en Amérique latine. Il rend également hommage à GlenGuard®, qui fait partie des caractéristiques marquantes des lignes de vêtements ignifuges de Matrix World Group depuis la création de la société.

« Auparavant, j'ai travaillé dans le domaine de la mode et des vêtements de sport pendant plus de 20 ans, révèle Funk. La première fois que j'ai entendu parler de GlenGuard, je n'avais rien vu de tel sur le marché des habits ignifuges, et j'ai aussitôt su que son alliance de confort, de durabilité et de performance en faisait un produit à part. Quand les gens portent la même tenue pendant des années et que la couleur reste la même que le jour où elle a été achetée, ils ont tendance à s'en apercevoir », ajoute-t-il avec un petit rire.

D'après Rich Lippert, le directeur technique de GlenGuard, GlenGuard et Matrix World Group étaient faits pour s'entendre. « Ce partenariat a toujours été mutuellement bénéfique et fondé sur des valeurs partagées en termes de qualité de produit et de service client, explique Lippert. Quand John nous a approchés au sujet des nouvelles aspirations de Matrix World Group en Amérique latine , nous avons parfaitement cerné sa vision, et y avons vu la même occasion de développer la marque GlenGuard à échelle mondiale. »Funk et Lippert tombent d'accord pour dire que leur attention à la qualité des produits et leur dévouement aux clients font de ce partenariat une relation à part.
« Cette vision nous a permis de nous différencier des concurrents dans la région et de promouvoir la valeur de GlenGuard, affirme Lippert. Les idées de conception avancées par l'équipe de Matrix World Group pour des vêtements, leur attention incessante aux détails et leur réactivité, alliées aux propriétés de GlenGuard, en ont fait une association toute naturelle. »

« Sans GlenGuard, l'histoire de Matrix World Group serait bien différente, renchérit Funk. Mais, par chance, ces deux marques se sont trouvées, et nous avons hâte de continuer de nous unir dans la réussite et la prospérité pour les années à venir. »

Sur le Web à l'adresse mwgchile.cl



SITES MONDIAUX GLEN RAVEN

GLEN RAVEN, INC.

- Siège social
  Glen Raven, NC
  336.227.6211
- Altamahaw Conference Center
  Altamahaw, NC
  336.227.6211

GLEN RAVEN ASIA

- Siège social/
  Usine de fabrication
  Province de Jiangsu, Suzhou
  86.512.6763.8151
- Bureau de vente
  District de Xuhui, Shanghai
  86.21.5403.8385

GLEN RAVEN CUSTOM FABRICS, LLC

- QG Sunbrella
  Glen Raven, NC
  336.227.6211
- Usine d'Anderson
  Anderson, SC
  864.224.1671
- Usine de Burlington
  Glen Raven, NC
  336.227.6211
- Usine de Norlina
  Norlina, NC
  252.456.4141
- Salle d'exposition de High Point
  High Point, NC
  336.886.5720
- Usine de Burnsville
  Burnsville, NC
  828.682.2142
- Bureau de marketing, de conception et de ventes Sunbury
  New York, NY
  212.925.4600
- Usine de Sunbury
  Sunbury, PA
  570.286.3800

GLEN RAVEN TECHNICAL FABRICS

- Siège social
  Glen Raven, NC
  336.227.6211
- Shawmut Park Avenue
  Glen Raven, NC
  336.229.5576

STRATA SYSTEMS, INC.

- Siège social
  Glen Raven, NC
  800.680.7750

STRATA GEOSYSTEMS (INDE) PVT. LTD.

- Siège social
  Mumbai
  91.22.4063.5100
- Usine de Daman
  Bhimpore, Daman
  91.260.222.1060
- Bureau de vente d'Hyderabad
  Hyderabad
  91.9949.361.706
- Bureau de vente de Gurgaon
  Gurgaon
  91.9871.102.146
- Usine de Daheli
  Daheli, Gujarat
  91.992.043.2001

DICKSON-CONSTANT

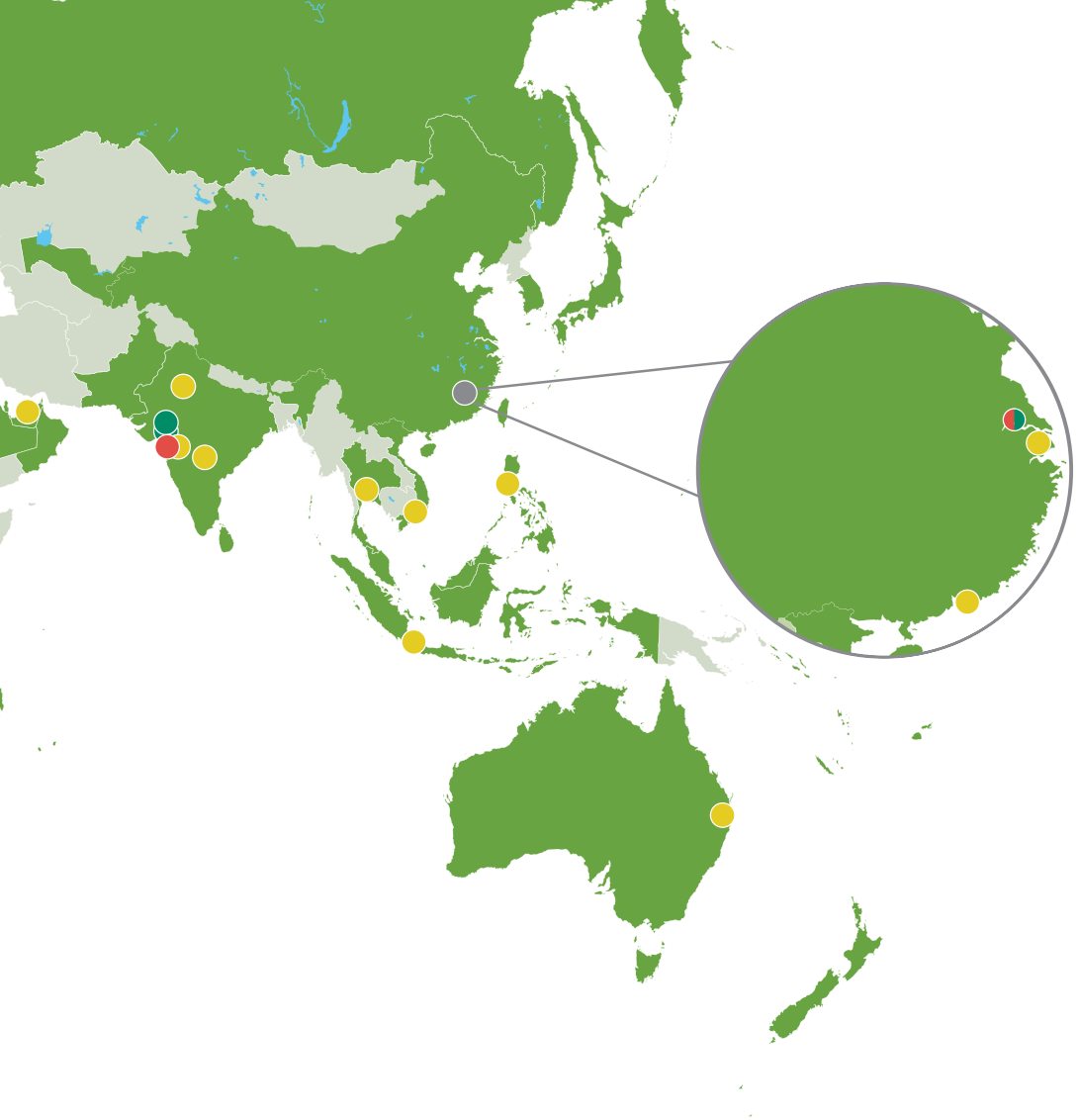
- Siège social
  Wasquehal, France
  33.(0)3.20.45.59.59
- Dickson-Constant Italia SRL
  Gaglianico, Italie
  39.015.249.63.03
- Dickson-Constant GMBH
  Fulda, Allemagne
  49.(0)661.380.82.0
- Dickson-Constant Nordiska AB
  Frölunda, Suède
  46.31.50.00.95
- Dickson-Constant España
  Barcelone, Espagne
  34.93.635.42.00
- Dickson-Constant Oddzial W Polsce
  Kielce, Pologne
  48.510.080.502
- Dickson-Constant Nederlands
  Breda, Pays-Bas
  31.65.434.56.24

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

SUNBRELLA/DICKSON

- Région andine / Représentant des ventes d'Amérique centrale
  Bogota, Colombie
  57.310.461.0776
- Bureau de vente d'Amérique du Sud
  Montevideo, Uruguay
  59.89.9209.219



GLEN RAVEN®

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

- Bureau de vente du Vietnam
  Ville d'Ho Chi Minh, Vietnam
  84.906.397.888
- Bureau de ventes d'Indonésie
  Jakarta, Indonésie
  62.21.5289.7393
- Représentant des ventes d'Océanie
  Varsity Lakes, Australie
  61.(0)4.3299.5334
- Représentant des ventes en Afrique subsaharienne et dans l'Océan indien
  Johannesburg, Afrique du Sud
  27.81.038.2788
- Représentant des ventes en Thaïlande
  Bangkok, Thaïlande
  66.81.751.1447
- Représentant des ventes de Hong Kong
  Hong Kong
  852.6850.4459
- Représentant des ventes des Philippines
  Manille, Philippines
  63.908.958.8404
- Représentant des ventes de Turquie
  Kadıköy/Istanbul, Turquie
  90.533.600.88.79
- Représentant des ventes d'Inde/SAARC
  Mumbai, Inde
  91.961.953.64.55
- Représentant des ventes du Moyen-Orient
  Dubaï, Émirats arabes unis
  971.5.09519006

GLEN RAVEN LOGISTICS

- Siège social
  Altamahaw, NC
  800.729.0081
- Mexico City Terminal
  Mexico City, Mexique
  011.525.55.561.9448
- New Jersey Terminal
  Ridgefield, NJ
  800.729.0081
- California Terminal
  Garden Grove, CA
  800.729.0081
- Texas Terminal
  Laredo, TX
  800.729.0081

TRIVANTAGE

- Siège social
  Glen Raven, NC
  336.227.6211
- Centre de distribution regroupée
  Mebane, NC
  877.540.6803
- Centre de distribution du Texas
  Irving, TX
  800.786.7610
- Centre de distribution de Washington
  Tukwila, WA
  800.213.1465
- Centre de distribution de la Californie du Sud
  City of Industry, CA
  800.841.0555
- Centre de distribution de la Californie du Nord
  Hayward, CA
  800.786.7607
- Centre de distribution du Colorado
  Denver, CO
  800.786.7609
- Centre de distribution de la Floride
  Miami, FL
  800.786.7605
- Centre de distribution de la Géorgie
  Austell, GA
  800.786.7606
- Centre de distribution de l'Illinois
  Elmhurst, IL
  800.786.7608
- Centre de distribution de l'Ohio
  Middleburg Heights, OH
  800.786.7601
- Centre de distribution du Missouri
  Maryland Heights, MO
  800.786.7603
- Centre de distribution du New Jersey
  Somerset, NJ
  800.786.7602

TRICAN CORPORATION

- Centre de distribution
  Mississauga, Ontario, Canada
  800.387.2851

TUNALI TEC

- Cuernavaca
  Jiutepec, Morelos, Mexique
  800.00.88.6254
- Guadalajara
  Guadalajara, Jalisco, Mexique
  800.00.88.6254
- Cancún
  Cancún, Quintana Roo, Mexique
  52.998.279.3502