





Leib Oehmig

Dire que 2020 a été une année difficile serait un euphémisme. Un mois à peine après le début de la nouvelle année, Glen Raven Asia, notre filiale basée à Suzhou, en Chine, s'est rapidement retrouvée en première ligne face à la pandémie émergente. Les mesures rapides prises depuis sur nos sites mondiaux sont dues en grande partie aux leçons tirées de cette installation satellite. Ces derniers mois se sont révélés être une expérience sans précédent pour Glen Raven, et je sais qu'il en va de même pour nos clients et nos partenaires industriels.

La détermination et la ténacité de nos clients qui font face au climat économique et commercial actuel n'ont de cesse de susciter mon admiration. Ce numéro de Raven leur est consacré. Ces profils démontrent également le besoin crucial de réflexion nouvelle et de solutions innovantes pour améliorer les processus de planification opérationnelle destinés à orienter les entreprises sur des voies inexplorées.

À cette fin, quel meilleur titre que « Changer la donne ». Comme le confiait la co-fondatrice et PDG d'Ariat International, Inc, un fabricant de marques de chaussures et de vêtements d'équitation de performance, cette charge a permis à la société de s'introduire sur le marché FR. Ariat fait confiance à nos tissus GlenGuard® pour ses vêtements de travail ignifugés en fibres synthétiques et est l'un des partenaires les plus fidèles de Glen Raven Technical Fabrics. Continuez de lire pour découvrir l'histoire inspirante à l'origine du nom Ariat.

Cushion Pros, une référence en matière de coussins et d'oreillers personnalisés, a créé un site Internet unique qui permet aux clients de faire leurs propres créations. Alors que le commerce électronique affiche une croissance constante, des entreprises habiles telles que Cushion Pros restent prêtes à satisfaire les attentes de

leurs clients. Cette entreprise de quatrième génération d'American Mills, Inc, l'une des dernières entreprises textiles au sud d'Atlanta, fait confiance aux tissus Sunbrella® pour permettre à ses clients de redonner vie à leurs meubles, et les clients d'aujourd'hui en sont venus à réclamer spécifiquement Sunbrella.

Les auvents de fenêtre, s'ils constituent une solution, présentent aussi des défis qui leur sont propres.

Sol-Lux, fondée en 2017 pour combler un besoin d'innovation sur le marché des auvents résidentiels, est déterminée à créer un meilleur auvent et elle y parvient avec le soutien de Sunbrella et une palette de plus de 70 couleurs de tissus. Comme vous le découvrirez, Sol-Lux est en passe de révolutionner le mode de vie des ménages d'aujourd'hui.

Enfin, Glen Raven Custom Fabrics, Glen Raven Technical Fabrics et Trivantage® s'engagent activement auprès de nos partenaires issus de divers secteurs d'activité et ont aligné nos ressources pour se concentrer sur les apports d'équipements de protection individuelle pour lesquels nous sommes les mieux placés pour proposer des solutions. Lorsque la pandémie a atteint les États-Unis, l'industrie textile s'est rapidement révélée être un élément essentiel de la solution pour protéger les travailleurs de première ligne contre le COVID-19. Nous concluons ce numéro par un tour d'horizon des nombreuses collaborations qui témoignent de la rapidité avec laquelle les problèmes sont résolus chez Glen Raven, Inc. et comment un client s'est réinventé pratiquement du jour au lendemain en lançant un nouveau produit qui a permis de répondre à un besoin immédiat en quelques jours.

AC



Cushion Pros reconnaît l'importance des produits sur mesure, et Sunbrella joue un rôle décisif dans la réalisation de l'objectif de l'entreprise qui consiste à fournir des tissus originaux et un design créatif. | Page 02

RAVEN ÉTÉ 2020 | No. 32 02 CUSHION PROS : TISSUS ORIGINAUX + MOTIFS CRÉATIFS = MODÈLES PERSONNALISÉS INSPIRANTS

06 SOL-LUX INSUFFLE DESIGN ET INNOVATION TECHNOLOGIQUE AUX AUVENTS RÉSIDENTIELS 10

ARIAT: « CHANGER LA DONNE »

14
GLEN RAVEN SOUTIENT LES SOLUTIONS
EPI DANS L'ENSEMBLE DU SECTEUR

EN COUVERTURE :

CUSHION PROS EST SYNONYME DE RENOUVEAU. L'ENTREPRISE FAMILIALE N'A JAMAIS CESSÉ DE SE RÉINVENTER.



CUSHION PROS:

TISSUS ORIGINAUX + MOTIFS CRÉATIFS = MODÈLES PERSONNALISÉS INSPIRANTS

Cushion Pros est synonyme de renouveau. Depuis sa fondation en 1938, au cœur de la Grande Dépression, ce fabricant de textiles de quatrième génération s'est transformé en une véritable puissance en ligne grâce à un site Internet unique qui permet aux clients de concevoir leurs propres coussins et oreillers personnalisés.

Robert Paine Shapard, Sr., a fondé la société sous le nom d'American Throwing Company. Son but initial était de transformer la soie brute en fil pour le secteur de la bonneterie. En juin 1941, au plus fort de la Seconde Guerre mondiale, un embargo a été imposé sur toute la soie brute entrant aux États-Unis en provenance du Japon. Peu après, DuPont a choisi American Throwing Company pour

expérimenter et développer un nouveau fil pour les bas : le nylon.

Au mois de décembre, lorsque les États-Unis ont déclaré la guerre au Japon suite à l'attaque de Pearl Harbor, la production de tout le nylon destiné à la bonneterie a été gelée, et la matière a servi exclusivement à la fabrication de parachutes. Cette démarche a entraîné la fermeture de l'entreprise American Throwing Company. Shapard prit la décision de participer à l'effort de guerre et, en février 1942, American Throwing obtint un contrat pour produire des projectiles anti-aériens de 40 mm. La société comptait produire 25 % de tous les projectiles de 40 mm utilisés pendant la Seconde Guerre mondiale.











Après la fin de la guerre en 1945, tous les contrats militaires ont été annulés et la famille Shapard a décidé de reprendre l'activité textile. Shapard a commencé à fabriquer des sous-vêtements en tricot pour enfants pour Sears, Roebuck and Company sous le nom d'American Mills, Inc. La collaboration entre American Mills et Sears s'est poursuivie pendant plus de 40 ans et a permis d'embaucher plus de 2 000 personnes. La gamme de produits s'est développée pour inclure des nappes, des coussins, des rideaux, des oreillers décoratifs et des sets de table.

À la fin des années 1980, après la vente de la plus grande filiale d'American Mills, les autres filiales ont été consolidées. La clientèle s'est alors diversifiée et l'entreprise a ajouté des produits importés à leur catalogue. En 2012, American Mills a lancé Cushion Pros et s'est entièrement consacrée à la fabrication de coussins et d'oreillers pour le marché américain. Bill, petit-fils de Robert Shapard, et sa femme Alisa ont lancé Cushion Pros à Griffin, en Géorgie, où la société exploite une usine de 36 000 mètres carrés qui a la particularité d'être l'une des dernières entreprises textiles au sud d'Atlanta.

Aujourd'hui, les Shapards emploient plus de 50 maîtres artisans passionnés par l'art de créer de magnifiques coussins sur mesure et qu'ils considèrent comme faisant partie de la famille Cushion Pros. Dans une récente interview, Bill Shapard a rappelé l'histoire de Cushion Pros, marquée par la volonté de se réinventer en permanence, et comment un partenariat avec Glen Raven et sa marque emblématique Sunbrella® contribue à la réussite de l'entreprise.



COMMENT CUSHION PROS A-T-ELLE ÉVOLUÉ EN MÊME TEMPS QUE LES GOÛTS DE SES CLIENTS DEPUIS SA CRÉATION?

Cushion Pros reconnaît l'importance des produits sur mesure. Les clients apprécient et participent davantage à la conception, aux choix de couleurs et de modèles des produits qu'ils utilisent chez eux et dans leurs espaces extérieurs. La société Cushion Pros y voit une opportunité de créer des produits sur mesure fabriqués aux États-Unis pour répondre à ce créneau en pleine expansion.

QUEL RÔLE LE SUR-MESURE JOUE-T-IL POUR LE CLIENT D'AUJOURD'HUI ?

La société Cushion Pros est fière de ses produits sur mesure, une approche qui correspond à la tendance actuelle des consommateurs. Soixante pour cent de nos produits sont totalement uniques en termes de dimension, de modèle et de conception. Cela permet de combler un créneau croissant du marché des coussins de remplacement que peu d'autres usines sont en mesure de traiter. Les 40 % des produits restants correspondent à une vaste gamme de mobilier d'extérieur. Nous avons passé des années à produire des modèles pour meubles d'extérieur les mieux vendus aujourd'hui. Cela nous permet de nous associer à des revendeurs bien établis qui achètent régulièrement par le biais de notre programme de vente en gros. Notre concept d'« achat anticipé » gagne en popularité. Nous offrons des délais de paiement prolongés ou des remises importantes pour les commandes passées avant la fin novembre et qui doivent être produites en décembre et janvier. Cela permet à nos revendeurs de constituer des stocks pendant la basse saison afin de les maintenir pendant la saison de vente au printemps, qui est très chargée.

QUEL EST LE PRINCIPAL ATOUT DE VOTRE ENTREPRISE SUR LE MARCHÉ ?

Notre rapidité d'exécution des commandes et la qualité supérieure du service à la clientèle. De nombreux facteurs entrent en jeu dans la conception de produits sur mesure. Nous exécutons chaque commande en assurant une qualité constante dans les délais impartis. Nos collaborateurs jouent un rôle essentiel dans la réussite de notre entreprise. Notre objectif est de fabriquer des produits de qualité supérieure qui dépassent les attentes de nos clients. La rapidité des délais de production est un facteur clé de notre réussite. Nous sommes parfaitement conscients de l'importance d'expédier à temps pour respecter les délais et les attentes de nos clients, et ces derniers savent qu'ils peuvent compter sur cet engagement.

SUNBRELLA A-T-ELLE CONTRIBUÉ À LA RÉUSSITE DE LA SOCIÉTÉ CUSHION PROS SUR LE MARCHÉ ?

La société Sunbrella est reconnue mondialement comme un leader dans le domaine des tissus performants. Sa notoriété dépasse celle de ses concurrents en matière de tissus d'extérieur.

Nos clients comprennent qu'il s'agit d'un produit de qualité qu'ils apprécieront pendant de nombreuses années, et ils le réclament souvent en le nommant explicitement. Le haut niveau de service à la clientèle que nous recevons constamment de Glen Raven dans les délais impartis est tout aussi important. Ces aspects contribuent au succès de notre entreprise et jouent un rôle essentiel dans notre processus de planification opérationnelle.

DÉCRIVEZ L'ÉVOLUTION DES CLIENTS DE LA SOCIÉTÉ CUSHION PROS AU COURS DES DERNIÈRES ANNÉES.

Lorsque nous avons lancé cushionpros.com, nous nous sommes concentrés sur les coussins de remplacement pour le mobilier d'extérieur. Ils sont toujours aussi populaires, mais nous constatons de plus en plus que les revendeurs locaux ne proposent pas de coussins pour les coins et les meubles fabriqués sur mesure. En collaboration avec nos clients, nous développons et livrons la solution idéale.

COMMENT RÉSUMERIEZ-VOUS VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE À LONG TERME ?

Nous nous adaptons et ajustons constamment au fil du temps, et c'est le cas depuis l'époque de mon grand-père. Depuis les efforts herculéens de notre entreprise pour soutenir l'effort de guerre il y a près de 80 ans jusqu'au lancement de notre site Internet qui permet aux clients de créer leur propre design de coussin personnalisé, quel que soit le modèle ou la dimension, nous avons été en première ligne pour identifier et déterminer la prochaine étape. Cette souplesse contribue à guider notre réflexion stratégique à long terme. Nous nous engageons également à fournir des emplois à notre communauté et à créer des produits de qualité fièrement fabriqués ici même aux États-Unis. Nos clients peuvent toujours compter sur nous pour leur offrir des tissus originaux et des designs créatifs avec les modèles les plus récents.

EXPLIQUEZ COMMENT GLEN RAVEN SERT DE PARTENAIRE COMMERCIAL À CUSHION PROS.

Glen Raven va toujours plus loin pour soutenir nos activités, et leur partenariat fait partie intégrante de notre réussite. Chaque saison, on nous propose le meilleur en matière de sélection de tissus et de modèles de qualité. Ce partenariat nous permet d'améliorer notre offre.

Sur Internet à l'adresse cushionpros.com



SOL-LUX

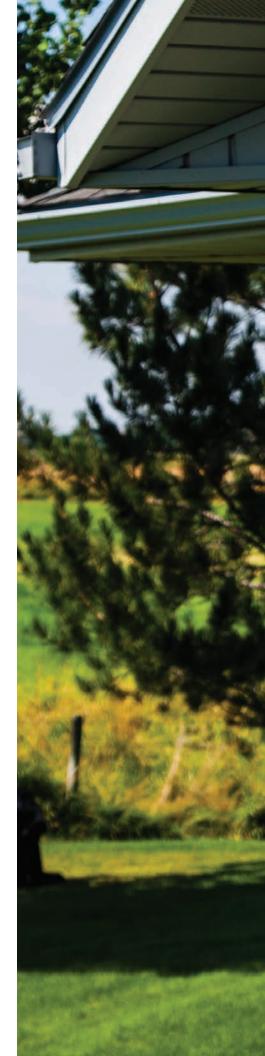
INSUFFLE DESIGN ET INNOVATION TECHNOLOGIQUE AUX AUVENTS RÉSIDENTIELS



Les auvents de fenêtre sont la solution à de nombreux problèmes : offrant un ombrage extérieur, ils évitent aux vitres des fenêtres de surchauffer, ce qui permet de gérer plus facilement et à moindre coût la température et le confort intérieurs lorsqu'il fait chaud et beau à l'extérieur. Ils contribuent également à protéger l'intérieur des maisons contre la dégradation par les UV, en protégeant les parties des meubles ou des sols éclairés par le soleil. Contrairement aux stores ou aux rideaux, les auvents n'obscurcissent pas mais laissent entrer la lumière naturelle.

Mais pour l'équipe de Sol-Lux, les auvents résidentiels avaient besoin d'une mise à niveau MAJEURE pour satisfaire le mode de vie d'aujourd'hui. Les auvents traditionnels peuvent être encombrants et difficiles à installer, ce qui rend le montage long et coûteux. S'ils sont rétractables, les utilisateurs doivent se souvenir du moment où ils doivent les sortir et les rentrer. Les couleurs et dimensions proposées sont limitées. Les auvents sacrifient souvent l'esthétique d'une maison.

Avec ces défis à l'esprit, l'équipe de Sol-Lux a entrepris de créer un meilleur auvent.
Filiale de Carefree of Colorado, le géant des accessoires pour véhicules de loisirs qui compte plus de 50 ans d'expérience dans le domaine des auvents rétractables, Sol-Lux est particulièrement bien placée pour mener à bien sa mission. Le résultat, après près de quatre ans de développement, est le lancement en 2017 du premier auvent résidentiel intelligent de Sol-Lux, au design et à l'innovation technologique inégalés.













CE PRODUIT EST TELLEMENT BIEN ÉTUDIÉ QU'IL NE NÉCESSITE PAS VRAIMENT D'INTERACTION APRÈS L'INSTALLATION. »

BEN BERGHOFF

Vice-président du développement commercial de Sol-Lux

Aujourd'hui, les dimensions des fenêtres résidentielles peuvent varier considérablement, même pour une seule maison. Ainsi, pour maintenir ou même améliorer l'esthétique de l'habitation, Sol-Lux propose des auvents aux dimensions et aux couleurs qui semblent illimitées.

« Ce produit est tellement bien étudié qu'il ne nécessite pas vraiment d'interaction après l'installation, déclare Ben Berghoff, vice-président du développement commercial de Sol-Lux. Quand les clients constatent que les auvents s'intègrent parfaitement au décor de leur maison et qu'ils réagissent à toutes les conditions météorologiques, ils sont très enthousiastes : « Quoi, il suffit de l'accrocher pour que ça marche ? Aucun raccord ? Il s'étend et se rétracte tout seul ? » C'est la révélation. »

Plusieurs composants de l'auvent le rendent intelligent : l'alimentation solaire, le fonctionnement automatique basé sur la détection de la température, des niveaux d'ensoleillement et du vent, ainsi que l'intégration du Bluetooth® dans une application pour smartphone permettant d'ajuster les paramètres et de contrôler manuellement les auvents.

Les auvents Sol-Lux sont alimentés par l'énergie solaire, les raccordements électriques sont donc inutiles et l'installation est simple. De plus, le panneau solaire détecte la lumière du soleil. L'auvent se déploie automatiquement en cas de besoin et se rétracte le soir ou lorsque la fenêtre est à l'abri de la lumière directe du soleil. L'auvent contrôle la température, ce qui permet de le régler pour qu'il ne soit utilisé qu'audelà d'un certain seuil. Berghoff, par exemple, a déclaré qu'il avait réglé ses auvents pour qu'ils restent fermés jusqu'à ce que la température soit supérieure à 18 degrés Celsius, de sorte que s'il fait froid mais ensoleillé, le soleil contribue à chauffer sa maison.

Pour les journées venteuses, les produits Sol-Lux disposent d'un accéléromètre, qui détecte en interne les mouvements plutôt que la vitesse du vent. Pour prévenir davantage les dommages, les bras de l'auvent sont munis d'amortisseurs à gaz qui leur permettent de fléchir, en faisant gonfler l'auvent pour relâcher la pression des rafales de vent, et en se fermant automatiquement si le mouvement est jugé trop important.

« Les auvents présentent un défi majeur : il faut se prémunir contre les éléments, des rafales de vent aux intempéries, explique M. Berghoff. Nous savions qu'il fallait intervenir le moins possible avec ce produit et qu'il devait être aussi facile à utiliser que possible. »

Les auvents Sol-Lux sont fabriqués dans l'usine de Denver à Broomfield, Colorado, et Sol-Lux utilise uniquement les tissus Sunbrella® pour sa palette de 70 couleurs.



« Notre clientèle type reconnaît très bien la marque Sunbrella qui va du mobilier d'extérieur aux tauds de bateaux, raconte M. Berghoff. Nous avons consciemment choisi les tissus Sunbrella pour notre produit car nous sommes sur le marché du luxe et que Sunbrella est réputée pour sa qualité, ce que notre clientèle attend. La marque Sunbrella inspire immédiatement la confiance. »

Outre la qualité du tissu, M. Berghoff a expliqué que la variété de couleurs et de motifs que Sunbrella propose est un atout pour ses clients, qui apprécient l'esthétique de leur maison, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. Plutôt que d'avoir une nuance de brun ou de gris qui se détache de la façade de la maison, ils peuvent l'assortir à une couleur complémentaire plus précise.

Sol-Lux vend depuis peu ses produits par l'intermédiaire de Wayfair, un revendeur en ligne, ce qui lui donne une plus grande visibilité au niveau national.

« Le plus grand défi auquel nous sommes confrontés n'a rien à voir avec le produit mais tout à voir avec la sensibilisation, confie M. Berghoff. Carefree existe depuis toujours et la plupart des propriétaires de véhicules de loisirs connaissent bien cette marque. Mais Sol-Lux est toute nouvelle. La vente par Wayfair nous permet de gagner en visibilité et de faciliter les achats des clients tout en préservant notre image de qualité. »

Une fois la commande passée, le produit personnalisé est fabriqué sur commande dans l'usine du Colorado.

« Les auvents Sol-Lux sont fabriqués sur mesure, ils ne sont pas stockés sur une étagère, prêts à être utilisés, souligne M. Berghoff. Nous proposons des auvents par paliers d'une largeur de 1,3 cm et une très grande variété de couleurs de tissus et de revêtements poudre. Au total, il y a plus de 13 000 combinaisons de couleurs possibles pour permettre aux clients d'harmoniser l'architecture de leur maison. »

Extrêmement faciles à installer, les auvents sont peu encombrants, compacts et suffisamment légers pour être expédiés par UPS, ce qui facilite l'acheminement du produit dans tout le pays.

Face à la demande croissante du produit, la société reste axée sur l'innovation continue.

Des stores verticaux et des auvents de terrasse sont actuellement en cours de développement et leur lancement est prévu pour cette année et en 2021.

« Les consommateurs sont plus que jamais soucieux de créer des maisons saines, efficaces et confortables, affirme M. Berghoff. Avec des journées de plus en plus chaudes en été, il sera plus difficile de préserver la fraîcheur à l'intérieur des maisons. Vous pouvez baisser le thermostat, remplacer toutes vos fenêtres ou adopter un certain nombre de méthodes coûteuses pour une meilleure efficacité énergétique. Mais les auvents sont une excellente solution si vous recherchez plus de simplicité. »

Sur Internet à l'adresse <mark>sol-lux.com</mark>







ARIAT: « CHANGER LA DONNE »

Beth Cross est une innovatrice dans l'âme. Septième enfant d'une famille de huit, elle a grandi dans une ferme en Pennsylvanie. Elle est travailleuse et débrouillarde depuis toute jeune. Elle a fait de l'équitation entre autres activités sportives et a occupé divers emplois à l'université. Sa curiosité et son envie d'apprendre sont des qualités qui lui serviront plus tard dans le monde des affaires.

Dans les années 1990, Beth a rejoint Bain & Company, une agence de conseil en stratégie basée à San Francisco. Parallèlement à son travail de marketing stratégique et de développement de produits pour une grande entreprise de vêtements de sport, elle et sa collègue Pam Parker se sont penchées sur la manière d'appliquer les principes de la technologie des chaussures de sport et du marketing sportif au marché des chaussures d'équitation. L'entreprise s'est rétractée, mais le duo est resté fidèle à l'idée. Moins de deux ans plus tard, elles ont fondé une entreprise qui a été la première à intégrer la technologie des chaussures de sport aux bottes des athlètes équestres.

Le nom de la société s'inspire du légendaire cheval de course Secretariat. « C'était en 1973. Assise devant la télévision, je regardais Secretariat gagner le Kentucky Derby, se souvient Beth. Il a ensuite remporté la Triple Couronne, établissant des records imbattables jusqu'à aujourd'hui. Le courage et l'esprit de compétition de Secretariat nous ont incitées à baptiser notre société Ariat. »

Aujourd'hui, Ariat International, Inc. est l'un des principaux fabricants de marques de chaussures et de vêtements équestres performants et innovants. Dotée de technologies brevetées conçues pour offrir stabilité, durabilité et confort, Ariat a été la première à appliquer la technologie avancée des chaussures de sport aux bottes d'équitation anglaises et aux authentiques santiags Western. Centrée sur la technologie et l'innovation, l'équipe de renommée mondiale fabrique des produits de performance innovants et primés pour tous les types d'environnements extérieurs et de travail.

Forte d'une histoire de plus de 25 ans inspirée par l'équitation, Ariat est devenue la plus grande marque de chaussures et de vêtements d'équitation au monde, avec plus de 6 500 points de vente et une équipe de plus de 500 associés situés en Californie du Nord, au Royaume-Uni, en Chine, au Mexique et au Japon. La société est fière de la loyauté de l'équipe, dont beaucoup travaillent dans l'entreprise depuis plus de 20 ans et sont euxmêmes propriétaires et cavaliers de chevaux.

« Nos clients, en particulier ceux qui nous accompagnent depuis le début, nous disent que ce sont les performances, la qualité et le confort de nos produits qui les font revenir, déclare Beth, co-fondatrice et PDG. Ce sont des domaines dans lesquels nous nous efforçons d'innover en permanence. Nous communiquons avec nos clients tous les jours, par e-mails et au téléphone. Nous recevons un nombre incroyable de commentaires sur nos produits, ce que les gens aiment et n'aiment pas, et de

nombreuses idées de nouveaux produits. C'est ce lien avec notre client qui nous permet de nous consacrer à ce qui est important pour la santé à long terme de notre entreprise. »

C'est cette attention portée au client qui a conduit Ariat à s'associer à Glen Raven Technical Fabrics pour un produit comarqué, la chemise FR Featherlight®, et GlenGuard®, un leader mondial des vêtements de travail haute performance résistants aux arcs électriques et aux flammes. La chemise confectionnée avec le tissu GlenGuard de 142g, l'un des plus légers du marché, a été lancée en 2018.

Heath Hunter dirigeait les comptes nationaux FR pour une autre entreprise de vêtements de travail et de sport en 2014 lorsque Ariat l'a approché pour lui demander de diriger le développement de leur entrée dans le secteur des vêtements de travail FR.



LE COURAGE ET L'ESPRIT DE COMPÉTITION DE SECRETARIAT NOUS ONT INCITÉES À BAPTISER NOTRE SOCIÉTÉ ARIAT. »

BETH CROSS

Co-fondatrice et PDG Ariat International, Inc.





EN HAUT À GAUCHE Photo de Tony Leonard, disponible sur

EN HAUT À DROITE Photo avec l'aimable autorisation de

Secretariat.com.

PHOTOS SUPPLÉMENTAIRES Avec l'aimable autorisation de Ariat.

« Je suis fan de la marque depuis longtemps, et quand Ariat m'a contacté pour me dire qu'ils voulaient se lancer dans l'espace FR, c'était un défi auquel je ne pouvais pas résister, affirme Heath, directeur des ventes industrielles chez Ariat. Beth est exceptionnelle. Je n'ai jamais rencontré quelqu'un d'aussi passionné de toute ma carrière. Elle a annoncé la couleur avec un seul mot d'ordre : Changer la donne. »

La carrière de Heath dans le secteur des vêtements de protection lui a permis de se familiariser avec Glen Raven Technical Fabrics, qui produit des matériaux haute performance utilisés dans un large éventail d'applications

fonctionnelles sur les marchés commerciaux et industriels. Il connaissait également la réputation de Glen Raven, ayant collaboré avec ses clients pour créer des solutions uniques à des problèmes complexes, et il savait qu'une culture similaire à celle de la société Ariat conviendrait parfaitement.

« Il est impossible de garder une longueur d'avance sur ses concurrents sans une réflexion audacieuse et innovante et la volonté de réussir. décrète Heath. C'est l'état d'esprit qui prévaut chez Ariat, et ce qui fait le succès de notre partenariat avec Glen Raven. Déstabiliser le marché fait aussi partie de l'ADN de Glen Raven.»









En plus de la chemise de travail FR Featherlight, Ariat et Glen Raven ont développé le pantalon FR M4 Taille basse DuraLight Ripstop Boot Cut avec le tissu GlenGuard de 170g. Les deux produits sont légers, durables, inaltérables et disponibles en plusieurs tailles et couleurs. De nouvelles offres sont en cours d'élaboration, notamment l'ajout d'une ligne de vêtements de travail pour femmes.

Les produits conviennent parfaitement à toutes sortes d'industries, y compris le pétrole et le gaz et les services publics, et à toute application impliquant un risque d'éclair d'arc et de feu instantané.

« Ariat cherche toujours à se démarquer des autres, affirme Rich Lippert, vice-président des ventes techniques de Glen Raven Technical Fabrics. Ils avaient déjà proposé des tissus traités contre les flammes dans le passé, mais ils voulaient lancer une ligne inhérente, une ligne de vêtements fabriqués avec des tissus intrinsèquement résistants aux arcs et aux flammes. Notre tissu GlenGuard de 142g était parfait pour l'évolution de la marque Ariat en France. »

Pour Heath, la relation entre Ariat et Glen Raven va au-delà de la création de vêtements tendance, fonctionnels et durables. Elle se caractérise par une vision à long terme et par la volonté de suivre l'évolution des goûts des clients.

« Chez Ariat, nous nous engageons à développer des produits fidèles à l'ADN de notre marque, explique-t-il. Nous croyons également au pouvoir de la narration, et notre partenariat avec Glen Raven ne fait que renforcer l'histoire que nous avons à raconter. »

sur Internet à l'adresse **ariat.com**



DANS L'ENSEMBLE DU SECTEUR

L'industrie textile américaine fait partie intégrante de la solution pour protéger les travailleurs de première ligne contre le COVID-19. Grâce aux efforts incroyables des associés, des clients, des fournisseurs et de la communauté médicale, Glen Raven et la grande industrie textile ont réorganisé de nombreuses opérations et fournissent d'importants équipements de protection individuelle (EPI) tels que des masques, des écrans faciaux, des tampons, des lingettes, des blouses et de nombreux autres produits. Voici quelques exemples qui témoignent de la rapidité avec laquelle les problèmes sont résolus par Glen Raven Custom Fabrics, Glen Raven Technical Fabrics et Trivantage®. En collaboration avec les partenaires de nombreuses industries, ces équipes ont aligné leurs ressources pour se concentrer sur les apports en matière d'équipements de protection individuelle et pour aider à fournir des solutions.



SUNBRELLA® Promouvoir des habitudes saines



Avec la pénurie d'EPI de type médical qui affecte les systèmes de santé, le CDC a publié des recommandations pour les masques en tissu faits maison comme mesure de précaution supplémentaire en conjonction avec la distanciation sociale et le lavage régulier des mains. Avec le nombre croissant de personnes se demandant comment fabriquer des masques pour un usage personnel et pour d'autres,

Sunbrella a fourni des directives sur son site Internet, y compris les meilleurs tissus Sunbrella pour les masques et où accéder aux patrons.

Sunbrella a également envoyé ses tissus à des entreprises tierces de coupe et de couture pour fabriquer deux masques pour chaque employé de Glen Raven, afin de les utiliser dans le cadre de bonnes pratiques de santé.

SHAWMUT Approvisionnement des lignes de front



Lorsque la pandémie a fait son apparition, l'un des plus grands défis pour le système de santé était de fournir suffisamment d'EPI pour assurer la sécurité des travailleurs traitant des patients potentiellement infectés. Cette pénurie d'approvisionnement s'est fait sentir dans tout le pays, en particulier dans les villes densément peuplées où le nombre de cas était élevé.

Glen Raven, par le biais de sa filiale de confection de tissus pour EPI et de logistique d'expédition, a collaboré avec Shawmut Corporation, son partenaire de coentreprise et fabricant d'équipements médicaux de protection et de produits plus performants basé dans le

Massachusetts, pour accélérer la confection et la distribution de blouses médicales. Les blouses d'isolation sont utilisées depuis longtemps pour prévenir la propagation des maladies infectieuses dans les établissements médicaux. Elles agissent comme un bouclier protecteur contre les contaminants tout en résistant à l'usure.

Shawmut a travaillé avec l'équipe d'intervention d'urgence dans l'industrie du Massachusetts ainsi qu'avec des fonctionnaires fédéraux, y compris des membres de la FEMA, pour assurer la production de pas moins de 2,5 millions de blouses d'isolation par semaine.

GLENGUARD® Assurer la protection des travailleurs



GlenGuard est fière de proposer des tissus qui contribuent à protéger nos protecteurs. Tout au long de la pandémie de COVID-19, Glen Raven Technical Fabrics a continué à fournir du tissu à des clients tels que Cintas, Ariat et autres, afin de garantir que les travailleurs de première ligne aient accès à un EPI adéquat.

Les travailleurs dont l'emploi exige le port de vêtements AR/FR pour se conformer aux normes OSHA 1910.269 et NFPA 70E sont désormais confrontés à la menace supplémentaire de la contamination au COVID-19 sur le chantier, ce qui les oblige à porter également des masques de protection. Ces masques doivent également respecter les normes AR/FR conformément à l'OSHA. Or, les masques ordinaires n'ont pas de propriétés ignifuges.

GlenGuard est le tissu AR/FR idéal pour les masques faciaux fabriqués selon les recommandations du CDC pour les masques en tissu, car ils sont tissés, légers, respirants et sans formaldéhyde. Glen Raven Technical Fabrics fabrique ces revêtements faciaux en tissu FR en collaboration avec Ariat, Rasco et Cintas.

GLEN RAVEN LOGISTICS Mobiliser l'essentiel



Glen Raven Logistics (GRL) a une riche histoire de mobilisation de ressources déterminantes en situation de crise en collaboration avec des partenaires clés. En réponse à la pandémie de COVID-19, GRL a pris l'initiative d'orchestrer le transport des matériaux utilisés par Shawmut dans des délais très courts. Ce mouvement a stimulé toute la chaîne d'approvisionnement, des producteurs de fil aux opérations de coupe et de couture, en repositionnant les installations, en préservant les emplois et en contribuant à la sécurité du personnel de santé de première ligne.

GRL a soutenu de nombreux autres clients dans leur mission de service à la communauté pendant la période d'arrêt généralisé.

« Nos clients ont fait preuve de beaucoup d'initiative, affirme Dan Cox, président de GRL. Horizon Tool a fait des recherches et a rapidement mis au point un produit entièrement nouveau. Ils ont ensuite envoyé du désinfectant pour les mains à leurs clients de l'industrie automobile, dont beaucoup étaient considérés comme des travailleurs essentiels et continuaient à travailler. » D'autres clients de GRL ont également entamé la fabrication d'EPI. King International a entrepris le moulage et la découpe d'écrans faciaux en plastique, ce qui a nécessité l'expédition de la matière première d'un fournisseur du New Jersey à l'usine de Caroline du Nord trois fois par semaine pendant près de sept semaines.

Mann Consultants, une société basée à New York qui dépend de GRL pour l'expédition, a trouvé un créneau dans la coupe et la couture de masques, ce qui a permis de maintenir l'entreprise à flot pendant le pic de l'épidémie à New York et a également soutenu la communauté locale, particulièrement touchée par le virus.

Quel que soit le type de produit, M. Cox déclare qu'ils sont heureux de pouvoir contribuer à faciliter le processus logistique.

« Nous avons pu réagir rapidement et faciliter la vie de nos consommateurs, énonce M. Cox. Ainsi, ils n'ont pas à se soucier de la chaîne d'approvisionnement et peuvent se concentrer sur la fabrication de ces produits essentiels. »

PLEINS FEUX SUR LES CLIENTS Horizon Tool

Fin mars, alors que le pays commençait à adopter de sérieuses pratiques de distanciation sociale, à porter des masques en public et à interdire les rassemblements, Horizon Tool, Inc. un client de longue date de Glen Raven Logistics, a lancé la production de désinfectant pour les mains, contribuant ainsi à réapprovisionner un produit en rupture de stock dans les magasins.

S'il s'agissait d'une entreprise de cosmétiques ou de boissons, il aurait pu s'agir d'une étape naturelle pour soutenir la communauté pendant une pandémie virale. Cependant, Horizon Tool se spécialise dans les outils à main destinés aux mécaniciens, ce qui rend la décision beaucoup moins prévisible.

PRODUITS HORIZON TOOL









C'ÉTAIT UN DÉFI, MAIS NOUS AVONS RÉUSSI À LANCER UN TOUT NOUVEAU PRODUIT FN MOINS D'UN MOIS. »

SCOTT NOYES

Directeur des opérations, Horizon Tool, Inc.



« Au début, on nous a juste demandé de nous charger de le mettre en bouteille car nous avions déjà les installations nécessaires pour d'autres produits, relate Scott Noyes, directeur des opérations. Nous avons fini par acquérir un équipement d'embouteillage spécial, bien qu'il doive être antidéflagrant pour manipuler le matériel, et nous nous sommes ensuite rendu compte que nous pouvions fabriquer le produit nous-mêmes. »

Ce produit étant hautement inflammable et donc à haut risque, les règles régissant la fabrication et le transport du désinfectant pour les mains, qui est généralement composé d'au moins 60 % d'alcool pur, ne manquent pas. M. Noyes a déclaré qu'il comptait sur le soutien de l'équipe GRL, qui lui a fourni de précieux conseils sur les possibilités de certification des matières dangereuses et la logistique quotidienne du transport du produit.

« Quand les choses ont commencé à s'agiter, j'ai appelé Mike Robins, explique M. Noyes en parlant du directeur régional des ventes de GRL. Il a tout de suite pris des dispositions pour que des remorques soient installées dans nos locaux afin que nous puissions les charger pendant la journée et les remplacer dans l'après-midi. Il nous a aidés à mettre au point la réalementation concernant les matières dangereuses. Dans l'ensemble, l'équipe nous a beaucoup aidés tout au long du processus. » GRL s'est chargée de la livraison des matières premières et a expédié le produit fini conformément au code. Le ministère américain des transports a même supprimé les frais d'expédition des matières dangereuses en vue d'aider les entreprises à s'approvisionner, ce qui a permis d'ôter un des nombreux obstacles à la pénétration du secteur.

Selon M. Noyes, Horizon Tool a réussi à se procurer tout l'équipement, les ingrédients et les certifications nécessaires en environ trois semaines et demie, ce qui n'est pas une mince affaire si l'on considère qu'ils n'avaient jamais fabriqué le produit auparavant. Parallèlement à la fabrication, ils ont également conçu et acheté les bouteilles, les pompes, les boîtes et les étiquettes afin d'être prêts à expédier le désinfectant pour les mains aussitôt prêt.

De nombreuses entreprises espérant contribuer à soulager la pénurie et à préserver l'emploi de leurs salariés ont commencé à l'époque à fabriquer et à embouteiller du désinfectant pour les mains. Cependant, comme beaucoup l'ont vite constaté, bien que tous tuent les germes, les désinfectants ne sont pas tous aussi agréables à utiliser.

« Les entreprises ont inondé le marché au même moment, raconte M. Noyes. Beaucoup l'expédiaient sous une forme liquide qui avait une mauvaise odeur, presque semblable à celle d'un alcool de contrebande ou d'une tequila de mauvaise qualité. Nous savons désormais que la mauvaise odeur est le résultat d'un alcool de qualité inférieure. Notre fournisseur livre heureusement un produit de bien meilleure

Outre cette demande pour un alcool inodore, M. Noyes précise que les gels désinfectants sont plus populaires car plus faciles à utiliser. C'est la raison pour laquelle ils ajoutent du gel d'aloès pour donner au produit fini une consistance plus épaisse.

En mai 2020, Horizon Tool a pu augmenter la capacité de production de désinfectant pour les mains. Alors que de nombreuses entreprises prenaient des mesures de licenciement ou de mise à pied, l'expansion dans le secteur du désinfectant pour les mains a permis à son équipe d'embaucher 45 employés supplémentaires.

Les résultats obtenus étant encourageants, M. Noyes a déclaré qu'ils ne considéraient pas qu'il s'agissait d'un effort temporaire de réponse à l'urgence. Il cherche à obtenir la certification de la FDA pour leur installation, ce qui permettra à la société d'étendre sa portée à d'autres produits cosmétiques et alimentaires à l'avenir.

« Nous cherchions un produit de consommation, et celui-ci nous est tombé du ciel, explique M. Noyes. C'était un défi, mais nous avons réussi à lancer un tout nouveau produit en moins d'un mois. Nous nous réjouissons des nouvelles possibilités qui découlent de cet engagement à long terme. »

TRIVANTAGE® L'avenir

Trivantage est une équipe de professionnels répartie sur plusieurs sites et spécialisée dans divers marchés et clientèles. Grâce à une collaboration fructueuse avec d'autres divisions de Glen Raven et des partenaires de l'industrie, Trivantage s'est rapidement imposée comme leader. L'entreprise a été la première du secteur à disposer d'une page d'accueil spécifique aux EPI, permettant un partage des connaissances sur les modèles et les tissus approuvés pour la fabrication de masques, d'écrans faciaux, de blouses. d'accessoires et de tentes.

Les associés ont cherché à s'établir comme une ressource pour les clients qui avaient les compétences et le talent nécessaires pour soutenir la communauté des soins de santé et contribuer à combler le besoin d'EPI. Lorsque des restrictions de déplacement ont été mises en place, l'équipe a dû s'adapter rapidement pour maintenir la relation clientèle.

« Nous étions au téléphone dès l'interdiction de déplacement imposée, relate Lindsay Shakarjian, directrice du marketing. Je pense que notre équipe a fait un excellent travail en se rendant disponible comme ressource. Nous communiquons par téléphone, e-mails, et organisons des réunions en vidéoconférence pour rester connectés. »

L'équipe de Trivantage a collaboré à l'élaboration d'un document de formation, qui comprenait des recommandations de produits, afin que les représentants commerciaux puissent communiquer les activités et les offres de Trivantage aux clients.

En outre, Bret Kelley, vice-président des ventes, a déclaré qu'ils organisent régulièrement des réunions téléphoniques avec des groupes de clients de leurs régions respectives afin de

discuter des meilleurs moyens de contribuer à la sécurité du personnel de santé tout en permettant aux employés de reprendre le travail. Ces échanges leur ont permis d'imaginer à quoi pourrait ressembler la nouvelle normalité.

« La nouvelle norme comprend différents types d'EPI, plus informels, dans les environnements commerciaux et de point de vente, explique M. Kelley. La distanciation sociale sera une exigence dans les espaces publics, et nous avons pensé à ajouter des cloisons claires entre les tables dans les restaurants, les tapis de course des salles de gym ou les salons de coiffure. »

En plus des cloisons, M. Kelley précise que les restaurants seront plus nombreux à exploiter l'espace extérieur, et que les municipalités pourraient fermer les rues pour permettre aux gens de s'asseoir à l'extérieur. La demande de structures d'ombrage augmentera à mesure que les gens passeront plus de temps à l'extérieur. En juin, Trivantage a lancé une deuxième page de renvoi consacrée à cette initiative.

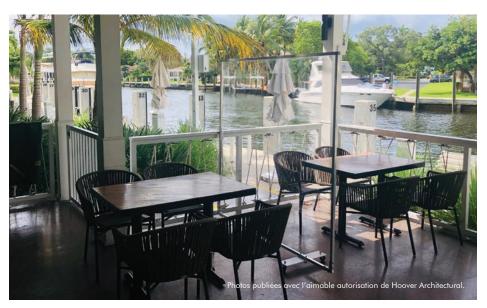
Autre fait marquant : l'augmentation significative des activités liées au commerce électronique, qui résulte probablement de la fermeture temporaire de magasins et du fait que les consommateurs, qui passent plus de temps chez eux, profitent de l'occasion pour aménager leur terrasse.

« Ce phénomène est bien sûr en grande partie lié au confinement de ceux disposant d'un certain revenu disponible, souligne M. Kelley. Ces derniers veulent moderniser les meubles de leur patio, remplacer les coussins, acheter un auvent rétractable ou des écrans électriques. »

M. Kelley déclare que l'avenir est toujours aussi incertain, car de nouveaux développements surviennent presque quotidiennement.

« Les principales préoccupations sont désormais de savoir comment rouvrir en toute sécurité, comment prévenir une autre épidémie ou, du moins, être mieux préparé à une deuxième vague, et si la pandémie a modifié les pratiques commerciales de manière permanente, détaille-t-il. Indépendamment des changements qui pourraient survenir, l'industrie textile américaine a une fois de plus prouvé qu'elle était un solide atout en temps de crise. »







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 production 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

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

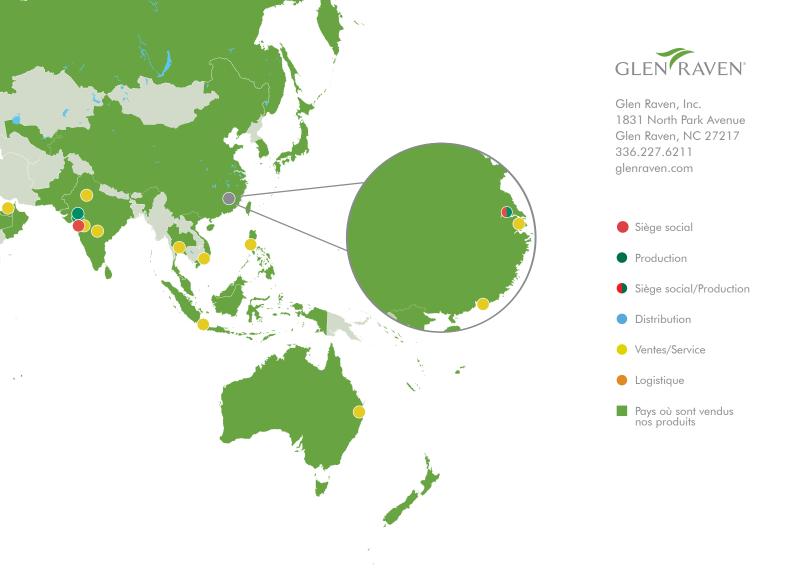
DICKSON-CONSTANT

- 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

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
- Bureau de vente du Vietnam Ho Chi Minh Ville, Vietnam 84.906.397.888
- Bureau de ventes d'Indonésie Jakarta, Indonésie
 62.21.5289.7393
- Représentant des ventes en 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 à Hong Kong Hong Kong 852.6850.4459
- Représentant des ventes aux Philippines Manille, Philippines 63.908.958.8404
- Représentant des ventes en Turquie Kadıköy/Istanbul, Turquie 90.533.600.88.79
- Représentant des ventes en Inde/ASACR Mumbai, Inde 91.961.953.64.55
- Représentant des ventes au 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 la Californie du Sud City of Industry, CA 800.841.0555
- 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'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