

RÉCIPIENDAIRE D'UNE MENTION

Catégorie PME manufacturière indépendante

TEXEL, UNE DIVISION DE ADS inc.

Président et chef de la direction

Monsieur Guy Drouin

Directeur qualité et amélioration continue

Monsieur André Parent

418 387-5910

andre.parent@texel.qc.ca

PROFIL

TEXEL, membre du Groupe ADS inc., est l'un des fabricants majeurs de textiles non tissés et aiguilletés à usage technique en Amérique du Nord. Ses produits sont vendus dans toutes les Amériques, en Asie et en Europe.

TEXEL emploie 200 employés dans ses usines de Saint-Elzéar et de Sainte-Marie-de-Beauce et une quarantaine à sa filiale Solmax-Textel Géosynthétiques. Ses équipes de travail sont réparties en cinq quarts de travail afin d'exploiter les usines 24 heures par jour, sept jours par semaine.

La production de l'entreprise se répartit en sept gammes : les médiums filtrant les liquides, l'air et la poussière, les structures absorbantes, les produits non tissés à usage personnel, médical et domestique, les composantes employées dans le domaine de la chaussure, les agrotextiles, les géotextiles et les composantes destinées aux applications spécialisées.

Certains des clients de TEXEL sont parmi les plus grands fabricants internationaux de leur secteur. Ils font confiance à l'entreprise beauceronne parce qu'elle a démontré sa capacité à trouver des solutions inédites et efficaces pour répondre à leurs besoins et à leur fournir des produits originaux de qualité constante.

Si TEXEL doit faire face à des hausses successives du prix des matières premières et aux inconvénients liés à la montée de

la valeur du dollar canadien, elle obtient néanmoins d'excellents résultats grâce aux améliorations apportées à ses processus d'innovation et d'élaboration de nouvelles solutions en comptant sur les contributions individuelles de ses employés.

MISSION

TEXEL veut être considérée comme le meilleur fournisseur de solutions innovatrices dans son domaine et souhaite contribuer à l'avancement de ses clients, de ses employés et de ses actionnaires.

L'entreprise veut satisfaire ses clients par des livraisons à temps, des produits de qualité à juste prix, ses appuis à la conception et au design, son expertise et ses solutions flexibles, offertes rapidement.

Elle met de l'avant des valeurs de créativité, d'engagement et d'intégrité, ce qui l'amène notamment à créer de la valeur ajoutée, à récompenser l'innovation, à persévérer dans ses recherches, à respecter ses engagements et à favoriser la responsabilisation.

HISTORIQUE DE QUALITÉ

La qualité de ses produits et services a fait la réputation de TEXEL. Dès sa fondation en 1967, l'ensemble de ses employés ont été amenés à prendre la responsabilité de leur formation et de la qualité, dont ils ont appris les bases en équipe.

La croissance et de nouvelles exigences ont rendu nécessaire la mise sur pied d'une équipe de contrôle de la qualité, qui réalisait des inspections et des essais en usine. Cette première structure a permis de standardiser des méthodes de tests et d'équiper l'entreprise en appareils de contrôle et d'essais.

Une nouvelle étape a été franchie lors de la certification ISO 9001, en 1998. Avec l'assurance qualité, l'entreprise est revenue à ses choix initiaux qui favorisaient la responsabilisation de tous. Cette étape a coïncidé avec l'élargissement de l'approche de gestion participative dans l'entreprise.

TEXEL a alors établi des indicateurs de qualité dans toute l'organisation, organisé le partage de l'information, standardisé ses méthodes selon des normes et des pratiques reconstruites et mis en place une collaboration plus étroite avec ses clients. La planification de la qualité s'est ensuite établie à tous les échelons de l'organisation et une direction de la qualité, représentée au comité de gestion, a été créée.

Les dernières années ont vu se développer des méthodes statistiques qui permettent de prévoir le comportement des procédés, d'établir des tendances et des comparaisons ainsi que de partager un langage commun avec clients et fournisseurs. La mise au point d'outils de contrôle en temps réel, tant sur le plan de la qualité des produits, des procédés et de l'information que des indicateurs de rendement, a soutenu les efforts d'amélioration continue de l'entreprise.

PRINCIPALES FORCES

- Une approche de planification stratégique rigoureuse et systématique, déployée dans l'ensemble de l'organisation et tenant compte des besoins des clients et des actionnaires, des capacités internes, des tendances du marché et de la vision organisationnelle,
- Un plan stratégique, qui définit les défis à relever par des objectifs à court, à moyen et à long termes, faisant l'objet d'un consensus institutionnel,
- Le partage des objectifs stratégiques des enjeux, des occasions à exploiter, des prévisions, etc., par chaque gestionnaire avec son équipe,
- Des indicateurs disponibles en temps réel pouvant être consultés en tout temps par les employés qui peuvent ainsi corriger rapidement les situations insatisfaisantes,
- Une plate-forme clientèle personnalisée et des analyses d'experts qui permettent de connaître les marchés,
- Des comités et des équipes d'analyse qui favorisent la prévention plutôt que la réaction,
- La capacité de l'organisation à mettre ses employés à contribution, à les responsabiliser et à susciter l'innovation dans un climat de liberté,
- Des résultats très positifs et en amélioration concernant la satisfaction des employés, la santé et la sécurité ainsi que les taux de roulement, d'absentéisme et de formation du personnel,
- Une réduction significative de la dette à long terme, ce qui permet des acquisitions et des investissements.