



Impressions sur le succès de l'acquisition de Recticel :

- Le processus d'acquisition était nouveau pour Carpenter et il s'agissait d'une acquisition importante.
- Nous avons ajouté près de 35 % à notre chiffre d'affaires et environ 30 % à notre main-d'œuvre.
- Jusqu'à maintenant, cette acquisition a dépassé les attentes de Brad.

Où tirons-nous parti des synergies avec de la mousse technique?

- La synergie la plus évidente est l'ampleur et la portée de la « nouvelle » Carpenter, la société la plus importante de fabrication de mousse souple au monde.
- Nous avons négocié de nouveaux prix et de nouvelles ententes avec nos fournisseurs préférés.
- Nous avons une vision détaillée des points forts de Recticel et des points faibles de Foam Partner et d'OttoBock (deux sociétés qui ont fait partie des mousses techniques de Rectifed).
 - Des changements sont observés dans certains rapports et dans l'échange d'informations
 - Une partie de ce travail « se fait derrière les apparences » de politiques, de procédures, de structures, etc.

Que signifie One Team ou Une équipe pour vous, et à quoi ressemble une intégration réussie de One Team ou Une équipe pour Carpenter?

- En grandissant, Brad a pratiqué beaucoup de sports et les pratiques encore aujourd'hui, alors l'idée de «One Team», c'est que même les meilleurs joueurs doivent travailler ensemble pour assurer le succès de toute l'équipe.
- «One Team» c'est faire en sorte que tout le monde soit sur la même longueur d'onde et réfléchisse de la même manière.
- Nous formons une famille et nous travaillons tous à l'atteinte d'un ensemble commun d'objectifs.

L'innovation et la diversification sont essentielles à la prospérité de la société. Comment Carpenter innove et se diversifie?

- La recherche de Brad montre que les sociétés prospères sont celles qui se concentrent sur leurs clients et qui s'assurent que les employés pensent et agissent de la même façon, qu'ils motivés de façon similaire.

- Nous mettons l'accent sur les forces de Carpenter et sur la façon dont elles peuvent migrer vers d'autres marchés.
- Nous continuerons à faire ce que nous faisons bien et aussi intégrer ce que la Division des mousses techniques de Rectifed (Recticel Engineered Foams Division, REF), Foam Partner et Ottobock ont bien fait pour s'assurer que nos clients sont extrêmement satisfaits.

Y aurait-il des usines nord-américaines qui adopteront les nouvelles technologies de la Division des mousses techniques de Rectifed (Recticel Engineered Foams Division, REF)

- Nous cherchons à investir activement dans des emplacements en Amérique du Nord pour ajouter des capacités de la Division des mousses techniques de Rectifed (Recticel Engineered Foams Division, REF), comme des technologies, des progiciels et des stratégies d'affaires.
- La Division des mousses techniques de Rectifed (Recticel Engineered Foams Division, REF) envoie beaucoup de documents aux États-Unis et dispose d'une bonne plateforme d'approbations, d'activités et de produits qui, selon nous, seraient utiles sur le marché nord-américain.

Pourquoi Carpenter ne fabrique-t-elle pas et ne vend-elle pas des produits de marque Carpenter?

- Bon nombre de nos clients sont leur propre marque, alors les produits de marque Carpenter pourraient semer la confusion ou perturber le marché.
- Le coût de maintien des marques est très élevé (marketing et publicité)

Pouvons-nous publier les résultats financiers trimestriels à l'interne?

- Les résultats financiers continueront d'être mis à la disposition des employés dans des formats qui protègent la vie privée de la société et aident à garder l'information « à l'intérieur des murs ».

Quel est le rendement actuel de Carpenter et quels sont les plans en place pour faire face à la situation économique actuelle?

- 2021 et 2020 (années liées à la COVID-19) ont été les deux meilleures années que Carpenter n'ait jamais eues
 - Les consommateurs étaient généralement à la maison et avaient un revenu disponible plus élevé pour les projets de travaux d'amélioration (meubles et matelas).
- 2023 suit les indicateurs de ce que Carpenter a vécu en 2017-2019
 - Deux de ces années font partie des cinq meilleures années de l'histoire de Carpenter
- Les choses vont plus lentement que nous le souhaiterions, mais dans l'ensemble, l'année a quand même été bonne.

Quelles sont les perspectives pour 2024, et pouvez-vous nous faire part d'une partie de la stratégie à l'approche de l'année à venir?

- Nous pensons que la conjoncture restera morose pendant le premier semestre de l'année.
- L'inflation, la hausse des taux d'intérêt et le fait que les consommateurs continuent de dépenser de l'argent pour voyager pourraient poser des défis en 2024, mais nous nous attendons à ce que la situation se calme et s'améliore.
- La stratégie consiste à tirer parti des quatre facteurs de croissance :
 - Développer les activités liées aux polyols - ajouter des ressources en personnel pour contribuer à la croissance
 - Diversification du marché – utilisation de mousse souple au-delà du mode de vie, des soins et du confort.
 - Diversification géographique – voir si nous pouvons croître dans de nouveaux marchés en Asie dont nous faisons partie grâce à l'acquisition de la Division des mousses techniques de Rectifed (Recticel Engineered Foams Division, REF)
 - Durabilité – projets à long terme liés à l'utilisation de mousse lorsqu'elle nous revient