

OÖM Ethikwear ouvre ses portes sur Champlain

CHARLES POULIN
cpoulin@canadafrancais.com

Message Factory poursuit sa croissance. Elle a officiellement ouvert, vendredi dernier, une nouvelle boutique dans le Vieux-Saint-Jean spécialement consacrée à sa division OÖM Ethikwear, qui propose des vêtements éthiques à sa clientèle.

Le magasin est situé à l'angle des rues Champlain et Saint-Jacques, dans les anciens locaux de Copicom. Les quelque 1800 pieds carrés sont entièrement voués à OÖM Ethikwear depuis un mois. Message Factory a toutefois utilisé le local quelques mois en début d'année pour liquider certains inventaires.

Le déménagement de cette branche de l'entreprise, acquise par la présidente Julie Rochefort, en 2015, était devenu nécessaire en raison de l'augmentation des ventes de ses produits.

VENTES

«Les ventes sont en augmentation de 30% depuis 2016, explique Mme Rochefort. Nous manquons de place à la boutique de Message Factory sur la rue Richelieu et, surtout, il était difficile de lui donner la place qui revenait à OÖM Ethikwear. Ici, il sera



Julie Rochefort estime que la présence d'OÖM Ethikwear sur la rue Champlain contribuera à renforcer le tissu commercial.

plus simple de distinguer leur deux marques.»

Les ventes de produits OÖM se font aussi plus en boutique que sur le Web. Ce sont 75% des achats qui se font en magasin. La marque est présente dans 100 points de vente au Canada et aux États-Unis.

La nouvelle boutique est déjà un succès, affirme Mme Rochefort. Les ventes ont doublé depuis l'ouverture des portes, il y a un mois. Les passants qui entrent dans la boutique sont beaucoup plus nombreux que ce qu'elle avait prévu initialement.

CLIENTÈLE

La clientèle de OÖM Ethikwear est quelque peu différente de celle de Message Factory, révèle Mme Rochefort. Les acheteurs de produits OÖM sont plus jeunes, plus engagés, plus militants et plus écologiques. Tous les vêtements de la marque sont d'ailleurs munis d'un bouton rouge qui représente la philosophie responsable de l'entreprise, notamment leur confection par des organismes québécois à vocation sociale.

OÖM présente également une collection masculine que l'on ne retrouve pas chez Message Factory. La présidente de l'entreprise veut d'ailleurs diversifier cette offre au cours des prochaines années en y ajoutant des jeans, des shorts et des chemises.

OFFRE COMPLÈTE

Julie Rochefort estime que l'ouverture du magasin OÖM Ethikwear permet de bonifier l'offre vestimentaire qu'on retrouve dans le Vieux-Saint-Jean.

«Il y a maintenant Kubik, Rookery, Pierre Roy, Message Factory et OÖM Ethikwear, mentionne-t-elle. Je crois que notre arrivée complète l'offre. Et ça va aussi aider le tissu commercial de la rue Champlain.»

ALLOCUTION SUR LA CYBERSÉCURITÉ

Les entreprises doivent protéger les données de leurs clients

CHARLES POULIN
cpoulin@canadafrancais.com

Les lois canadiennes obligent les entreprises à protéger les données de leurs clients et fournisseurs. Il en va de même pour les travailleurs autonomes, souligne le président de Tekinfo, Patrick Groulx.

M. Groulx était l'invité du Regroupement des travailleurs autonomes, le 17 avril dernier, pour discuter de cybersécurité. Le conférencier, qui a suivi des formations en cyberinvestigation et en cyberfraude à l'École polytechnique, fait remarquer que les ordinateurs peuvent être dangereux pour une entreprise. Et que les plus petites sont loin d'être à l'abri de la fraude.

«Vous ne réalisez peut-être pas à quel point votre ordinateur peut être dangereux, laisse tomber M. Groulx. Les gens me disent souvent qu'ils n'ont rien à cacher. Il faut plutôt qu'ils comprennent qu'ils ont tout à perdre, que

ce soit les photos de leurs enfants ou les données de leurs clients.»

Il rappelle que la loi canadienne oblige les entreprises à sécuriser les données. Cela veut dire autant le serveur que le lien entre le serveur et où sont transmises les informations. La base sera d'avoir un site Web en «HTTPS».

Il note d'ailleurs que certains navigateurs Web interdiront l'accès aux sites qui ne seront pas en «HTTPS» d'ici quelques mois.

PROCESSUS

Patrick Groulx fait remarquer aux participants que la cybersécurité n'est pas un produit, mais bien un processus. Un antivirus ne règle pas les problèmes de sécurité informatique à lui seul.

«La cybersécurité, c'est fermer le plus de portes possible, explique-t-il. C'est comme lorsque vous quittez la maison. Vous barrez les portes, fermez les fenêtres et activez le système d'alarme. Oui, le voleur peut entrer en cassant une fenêtre. Mais les fraudeurs, comme les voleurs, veulent entrer et sortir rapidement.»

M. Groulx mentionne également que les appareils mobiles sont la cible de fraudeurs. Il y a annuellement 40 milliards de tentatives d'attaques sur mobile par an, et 58% des victimes sont des PME. «Aucune entreprise n'est trop petite pour être ciblée, tranche-t-il. Et toutes les entreprises ont la même obligation de protection des données.»

Le moyen d'arnaquer le plus fréquent et le plus facile pour les fraudeurs demeure l'hameçonnage par courriel. Ce type de fraude a d'ailleurs triplé en 2017.

PROTECTION

Quoi faire pour se protéger? Patrick Groulx affirme qu'il est primordial de

faire les mises à jour fréquentes de tous les logiciels pour éviter que le code émis par les pirates ne cible des failles qui pourraient être colmatées.

Il faut également établir un processus d'entreprise pour prévenir le vol de données. Il faut former les hauts dirigeants, écrire une politique de sécurité informatique et la faire respecter. Une analyse des risques et de la classification des données doit également être effectuée.

Il faut ensuite faire de la sensibilisation à intervalles réguliers auprès des employés, idéalement en personne pour pouvoir répondre aux questions. L'entreprise devra établir une bonne «hygiène informatique» (noms d'utilisateur, mots de passe, etc.) et segmenter son réseau pour éviter la propagation d'attaques.

«La cybersécurité, c'est chiant, c'est de l'ouvrage, concède Patrick Groulx. Mais on doit prendre des mesures de protection appropriées. L'inaction n'est pas une option.»

Horticulture: un programme pour trouver de la main-d'œuvre

CHARLES POULIN
cpoulin@canadafrancais.com

HortiCompétences, le comité sectoriel de main-d'œuvre en horticulture ornementale, s'associe au Quartier de l'emploi pour le recrutement de son projet «De nouveaux visages dans le paysage» qui vise à trouver du personnel pour les entreprises de la région qui oeuvrent dans le domaine de l'aménagement ou de l'entretien paysager.

Ce projet permet aux entreprises de bénéficier de subventions salariales en faisant appel à des travailleurs issus de l'immigration qui sont résidents permanents au Québec et qui possèdent un minimum d'expérience. Les personnes sélectionnées seront ainsi admissibles à un stage rémunéré de 24 semaines. L'entreprise touchera jusqu'à concurrence de 15\$/heure, 75% pour les huit premières semaines, 50% pour les huit suivantes et 25% pour les huit dernières.

Localement, le point de chute pour le recrutement sera le service Accueil et

accompagnement des nouveaux arrivants et conseil de recherche d'emploi (ANCRE) du Quartier de l'emploi.

SUIVI

Le stagiaire devra être encadré pendant son stage à l'aide d'un plan de formation obligatoire. HortiCompétences veut ainsi favoriser l'apprentissage de plusieurs facettes du métier.

Deux postes sont principalement visés. Ce sont ceux de manœuvre d'aménagement paysager et de manœuvre en entretien paysager. Les participants peuvent obtenir, une fois leur stage complété, une attestation de programme d'apprentissage en milieu de travail (PMAT) du ministère de l'Éducation.

L'ANCRE s'occupera du suivi avec les entreprises pour s'assurer que tout se déroule bien. Pour toute information au sujet du projet «De nouveaux visages dans le paysage» d'HortiCompétences, autant du côté des employeurs que des travailleurs, on contacte l'ANCRE au 450 347-6101.



Patrick Groulx rappelle que les appareils mobiles sont une cible fréquente des pirates informatiques.