

# YCP Mag



## SPÉCIAL MODE: Entrepreneurs Asiatiques

Automne 2015 | Fall 2015  
3<sup>e</sup> édition | 3<sup>rd</sup> edition





# Table des matières //

06

PORTRAIT DE MEMBRES YCPA –  
YI RAN ZHANG ET NINA VU

10

PORTRAIT TAILOR2GO

12

PORTRAIT RETRO ASSASSIN

15

5 ERREURS À ÉVITER LORSQU'ON COM-  
MUNIQUE PAR LA VIDÉO

18

CHOISIR UN VÉHICULE «VERT»:  
UNE VOIE DE PLUS EN PLUS POPULAIRE!

20

LRMM (TITLE?)



# UNE SOLIDE 2<sup>e</sup> PLACE

Desjardins a été classé au 2<sup>e</sup> rang des institutions financières les plus solides au monde par l'agence **Bloomberg**.

Nous devenons ainsi la 1<sup>re</sup> institution financière en Amérique du Nord.

**Merci aux plus de 6 millions de membres et clients qui nous font confiance.**

[desjardins.com](http://desjardins.com)



Coopérer pour créer l'avenir

# Éditorial

//

Nous en sommes déjà à notre troisième édition du YCPMAG et pour cette édition, nous vous présentons des designers asiatiques de talents qui ont comme objectif d'innover dans le domaine de la mode à Montréal. Nous en profitons pour vous remercier de votre fidélité, vous êtes toujours plus nombreux à nous suivre!

Bonne lecture!





# Portrait de membres YCPA



## Parle-nous de ton parcours professionnel, d'études, de tes projets, tes rêves.

Je travaille comme auditrice sénior chez la firme comptable Deloitte, avec un profil de services aux entreprises publiques, spécialisation dans les institutions financières. Au niveau des études, j'ai un BAC en administration profil comptabilité (2013) et un diplôme d'études supérieurs en comptabilité publique (2014) du HEC Montréal. En 2014, j'ai également réussi l'Examen Finale Uniforme de l'Ordre des CPA du Québec, une étape déterminatrice dans l'obtention du titre professionnel CPA. CA. Présentement, j'étudie pour les examens de CFA, dans le but de me spécialiser d'avantages dans l'offre de service aux institutions financières. Je suis une adepte du voyage, et ma prochaine conquête serait l'Afrique.

## Comment as-tu entendu parler de YCPA?

J'ai eu la chance d'assister au Bal de l'Orchidée de 2012, via l'invitation de mon ami Johnnie, ancien administrateur de YCPA.

## Pourquoi as-tu décidé de devenir membre de YCPA?

YCPA m'a permis d'élargir mon réseau social et professionnel, au-delà de mon milieu scolaire. YCPA s'implique également beaucoup



*Yi Ran Zhang*

au sein de la communauté asiatique, offrant des services aux nouveaux immigrants. Ma famille a déjà reçu de l'aide de divers organismes lorsque nous avons immigré au Canada en 1999, donc je connais très bien l'importance de redonner à la communauté.

## Quel est ton restaurant favori à Montréal?

Je suis trop gourmande pour en avoir juste un!! Mes valeurs sûres sont: Jatoba, Kinka, Kazu, Helena et Tuck Shop. Moishes et Leméac pour les spéciaux de la soirée.



*Nina Vu*

## Parle-nous de ton parcours professionnel, d'études, de tes projets, tes rêves.

Je veux devenir avocate fiscaliste. J'ai récemment gradué de l'École du Barreau (2015) et de l'UQAM avec un baccalauréat en droit (2014). Actuellement, je suis étudiante à la maîtrise en fiscalité au HEC. Je suis une personne de défis, ambitieuse et mon objectif sera donc atteint sous peu. En ce qui concerne mes rêves et projets, l'un d'eux consiste à acheter une grande maison pour mes grands-parents une fois que je travaillerai officiellement en tant qu'avocate. Ils m'ont élevée depuis que je suis jeune et ont fait plusieurs sacrifices pour m'assurer un avenir prometteur, j'aimerais donc leur rendre la pareille et les gâter!

## Comment as-tu entendu parler de YCPA et pourquoi as-tu décidé de devenir membre de YCPA?

Par Facebook (j'adore les réseaux sociaux)! J'ai vu de merveilleuses photos du Bal de l'Orchidée. J'ai donc décidé de devenir membre de YCPA et d'assister à ses événements pour développer mon réseau professionnel et pour rencontrer des gens provenant de divers domaines. Ainsi, si j'ai besoin de savoir rapidement quel médicament prendre lorsque je suis malade, je connais toujours un pharmacien ou un docteur! Si j'ai besoin de conseils en matière immobilière, je connais toujours un courtier immobilier!

## Quel est ton restaurant préféré à Montréal?

The Keg... J'adore The Keg... Je suis toujours à The Keg.

## Si tu pouvais rencontrer n'importe qui, ce serait qui et pourquoi?

Je voudrais rencontrer deux personnes: Jules César et Carey Price. Jules César a conquis d'innombrables territoires. J'ai déjà de la difficulté à concilier études, travail et vie sociale, alors j'aimerais savoir comment il a « dealé » avec tout ça! Quant à Carey Price, j'aimerais le rencontrer et prendre un selfie avec lui, tout simplement parce qu'il est trop beau et bon! Go Habs go!

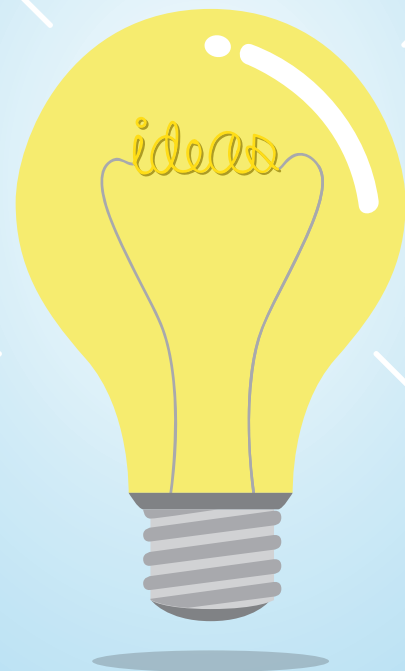


'ELLO THERE,

I'm Jennifer,  
a creative and very detail-oriented  
graphic designer & illustrator,

and I can...

TURN YOUR  
CREATIVE



INTO  
REALITY!

JENNAYFAH

jennayfah.com

ENSEMBLE  
TOUT EST  
POSSIBLE



La Banque Nationale est fière de présenter la série *Ateliers de formation et conférences YCPA* afin d'aider la relève professionnelle asiatique à développer son plein potentiel et de soutenir la diversité culturelle, une richesse dans notre société.

Thi Be Nguyen  
Ambassadrice de la diversité



# Portrait Tailor2Go

//

*After winning several awards, this start-up right from Montreal wish to dress you... from a truck!*



**What is Tailor2Go? Where does the idea come from and how does it work?**

Tailor2Go aims to set a new standard for the convenient shopping experience by offering 3D scanner technology on a mobile (truck-based) platform, coupled with online accounts. The shopping experience can be taken directly to the customer's home or workplace, balancing the speed and convenience of online shopping with the tactility and rapport of traditional retailing. The highest quality is easily attained

while offering the most competitive prices. We provide bespoke shirts for men and women and outerwear for men.

**How did you start your company?**

I graduated from Microbiology at McGill University, worked almost 10 years in pharmaceutical industry and did my MBA at the University of Ottawa. I think if I had never started Tailor2Go after the restructuring of Novartis in 2014, and if someone else launched this idea before I did, I would never have forgiven myself.



**Where do you find your inspiration?**

I can NEVER find things that fit well and I refused to shop at kids section. I also hate going shopping, so I thought, there must be a better way. By reducing major operating expenses, mainly rent, it allows me to offer a premium product at a reasonable price. Customers say that I offer the quality of a Ferrari at the price of a Lexus.

**What do you think about the fashion industry in Montreal?**

Tailor2go is not a fashion truck. We are trying to offer exactly what customer wants with a perfect fit. Clearly, I am not a fashion designer! People love to be unique in Montreal (more than in other city I noticed). Unfortunately not everyone is willing to pay for it. I am generalizing of course. There is a market for everyone!

**How do you sell your clothes? Online? In stores?**

Tailor2go targets busy corporate professionals (e.g. lawyers, accountants, consultants etc) who appreciate quality and value their time. We are trying to build a partnership with companies directly and offer our services to their staff directly.

**What advice would you give to any individual who wishing to launch his/her own clothing line?**

They should know their customers very well and always continue to learn about them.

**If you had the chance to dress a star, who would it be?**

P. K. Subban.





# Portrait Retro Assassin



*A fresh, new and iconic style! This is what this visionary designer is offering to Montreal. Profile of Retro Assassin, a start-up that want to transform you into a ninja!*



**What is Retro Assassin?**

**Where does the idea come from?**

Retro Assassin is street wear apparel designed by Ninjaz. A while back during the t-shirt era, when t-shirts were blowing up and graphic tees were everywhere and everything looked the same, I wanted to do the opposite of what other companies were doing and create something different.

To me all of that seemed old, passé, or for lack of a better term, it was all “retro” to me, so I wanted to assassinate it! Hence the name “Retro Assassin” (RA). Basically the idea behind the brand is to annihilate the relics of yesterday’s trends; to kill what is old or out of style or assassinating what is deemed mainstream and giving it a Ninja twist.

The Ninja symbol became fundamental to the brand’s philosophy. Ninjas are a clan of spies and mercenaries who band together to execute the same goal. Alone we are vulnerable, but together we’re unstoppable. A ninja could be anyone - it could represent anybody. Who doesn’t want to be a ninja? There’s nothing cooler in this world than a ninja. What started as a t-shirt brand has now become a full lifestyle movement consisting of hats, sweaters, hoodies, beanies, pens, jackets and different types of accessories?

**How did you start your company?**

I started by making a couple t-shirts to test out the market. Retail was and still is a big part of my life and being in the business enables me to see the current trends; what works and what doesn’t. My main field of study was also marketing and management, which helped a lot when it came to marketing the product.





### Where do you find your inspiration?

In the beginning I found most of my inspiration coming from my cultural background and home country of Cambodia. Cambodia is a beautiful country filled with beautiful monuments, artifacts and people. If you've ever been to the ancient ruins of the Angkor jungle, you'll discover that it is nothing short of breathtaking, filled with majestic wonder.

During the time when people were putting skulls and bones on their tees, I put Buddhas and images of ancient relics from Angkor. I wanted to make my t-shirts a canvas for ancient art from Cambodia. Today my inspirations come from everywhere and everything. Sometimes I like to analyze certain things and ask myself, what can I do differently? I would spend countless nights staying up really late to work on my idea.

### What do you think about the fashion industry in Montreal?

If you are living in Montreal and are into fashion and its diversity in general, consider

yourself lucky! Before moving to Montreal, I was living in other parts of Canada and let me tell you, there's no fashion like Montreal anywhere else in Canada. Toronto and Vancouver are fashion cities as well; Montreal is the capital in my opinion. Let me ask you, where is the fashion capital of world? The answer would be Europe right? Italy, France etc. Although we are not living there, Montreal is the closest thing - the culture, the style, the food. Every time I talk to anyone from Europe, they all tell me the same thing: "We love Montreal and when we are here, we feel like we are at home."

### How do you sell your clothes? Online? In stores?

At the moment you can find Retro Assassin in some selective stores in Montreal. Check out ENRGXCHANGE in Complexe Les Ailes, Vingt-Trois downtown near Atwater and Duo on Prince Arthur and St.Laurent. You can also purchase online at [www.RetroAssassin.com](http://www.RetroAssassin.com). We ship worldwide!

### What advice would you give to any individual who wishing to launch his/her own clothing lines?

Three things: Have fresh ideas, originality and never give up your dreams.

### If you had the chance to dress a star, who would it be?

Oh there are many stars I would love to dress. But if I had to choose one, it would probably be style icons like Kanye West or Pharrell Williams.

# 5 erreurs à éviter lorsqu'on communique par la vidéo

//

Les Productions Wild Box est un studio de création alliant créativité et technologie. Nous proposons à nos clients la réflexion, l'élaboration et la réalisation de concepts tant sur le plan stratégique que dans son exécution. A l'origine studio de production vidéo (films, motion design et 3D), nous nous sommes diversifiés afin d'offrir, au sein du même studio, la création d'applications mobiles ainsi que de nouvelles technologies pour le milieu événementiel : réalité augmentée, expériences avec des casques de réalité virtuelle, projection mapping et hologrammes. Ces différents corps de métiers nous permettent de produire l'effet spectaculaire que nous souhaitons délivrer au client.





L'usage de la vidéo s'est considérablement démocratisé ces dernières années et beaucoup pensent que parce qu'ils ont un matériel de qualité leur vidéo sera de qualité. Mais il y a quelques erreurs à éviter lorsque vous franchissez le pas de la vidéo.

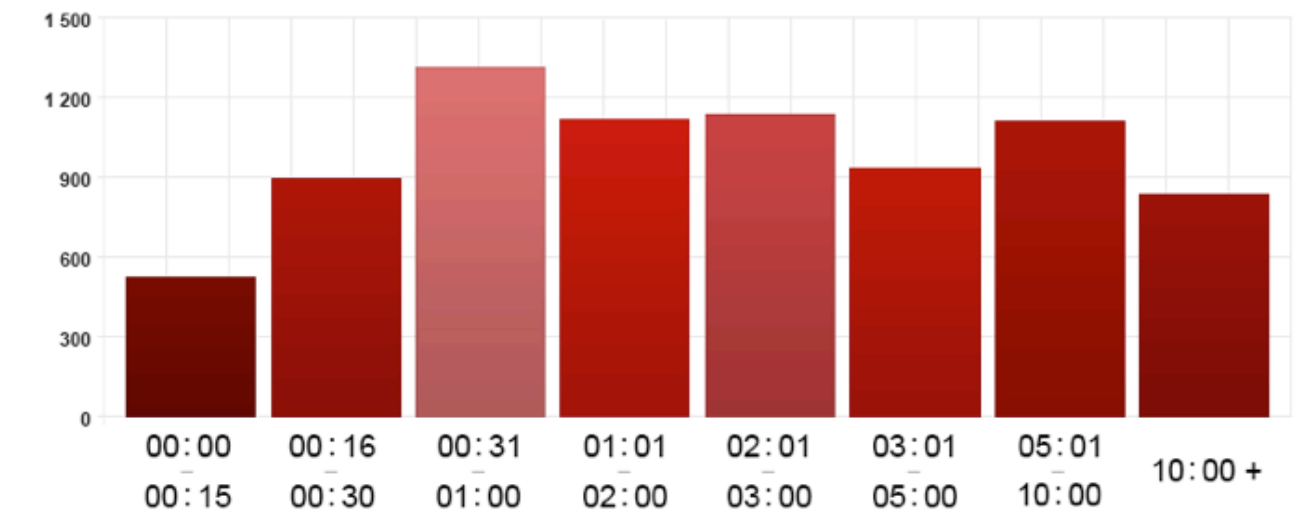
**1) Vouloir tout faire en une seule vidéo:** Comme dans tous les outils de communication, la vidéo est faite pour passer un message et un seul. Il y a donc une règle simple à respecter:

**1 vidéo = 1 message.** Simplifiez votre message au maximum pour que votre spectateur soit attentif et réceptif à ce que vous dites.

**2) Faire trop long:** Il est conseillé de créer des vidéos d'une durée allant de **30 secondes à 3 minutes maximum**. Comme le constate Socialbakers dans leur étude, les vidéos les plus vues durent moins de 3 minutes.

**3) Se dire que tout est rattrapable en post-production:** 90% du travail s'effectue au moment du tournage. Même si il est possible de retoucher une vidéo en post-production, il est plus facile et moins dispendieux de régler les différents problèmes. Directement lorsqu'ils se posent lors du tournage. Gardez toujours en mémoire qu'il est **plus facile d'ajouter un élément en post-production que de l'enlever**, et ce autant au niveau de l'image que du son.

## Median Number of Views



Data Range: April 01 - April 30, 2014

socialbakers

**4) Se lancer sans préparation, sans conteste le point le plus important:** bâcler la préparation par manque de temps ou de motivation, c'est **vouer sa vidéo à coup sûr à un échec**. Une bonne préparation permet de pallier à de nombreux problèmes, y compris ceux évoqués précédemment. Il faut cependant toujours garder à l'esprit qu'un tournage ne se passe jamais 100% comme prévu.

**5) Ne pas avoir de stratégie de diffusion:** Faire une vidéo pour la poster sur le web et attendre les retombées est aussi une grave erreur. **Une vidéo n'est pertinente que si elle s'inscrit dans une stratégie de communication étudiée**. Elle ne constitue en elle-même qu'un outil vous aidant à atteindre votre but. Ces conseils ne sont pas les ingrédients d'une recette magique, mais ils vous aideront à faire en sorte que votre vidéo réponde mieux à vos attentes.

Si vous planifiez d'utiliser la vidéo comme outil promotionnel, n'hésitez pas à nous contacter. Nous saurons vous aider.

Si vous avez déjà réalisé une « **vidéo maison** » pour promouvoir vos produits, partagez-nous le fruit de votre expérience ou encore vos questions!

Il nous fera plaisir de vous lire et de répondre à vos interrogations.

Audric Cussigh, réalisateur  
chez Les Productions Wild Box



# Choisir un véhicule “vert” une voie de plus en plus populaire!

*Vous désirez diminuer votre  
empreinte écologique et  
réaliser des économies de  
carburant? Acheter un véhicule  
hybride ou électrique pour la  
première fois peut susciter de  
nombreuses questions.  
Voici quelques références pour  
démarrer votre réflexion.*

## Quel modèle choisir?

Ce n'est pas le choix qui manque! Il existe plus de 55 modèles de voitures hybrides, hybrides rechargeables ou électriques sur le marché présentement.

Vous êtes sur la route toute la journée ou vous n'utilisez l'automobile que pour de courts déplacements? La distance parcourue vous aidera à déterminer le type (hybride, hybride rechargeable ou électrique) qui convient le mieux à votre style de vie.

Les automobilistes effectuant de longues distances préféreront souvent un véhicule hybride pour l'autonomie supplémentaire qu'offre le réservoir d'essence, à moins d'opter pour un modèle électrique.

## La question de la recharge

Le chargeur interne de la voiture est variable selon le modèle et influence la rapidité de la charge. C'est un élément important à considérer dans votre choix de véhicule.

Au Québec, le réseau de bornes de recharge publiques offre des bornes accessibles dans des espaces privilégiés et réservés aux voitures électriques (stationnements, restaurants, parcs, etc.). Il est composé de trois principaux joueurs: le Circuit électrique, le RéseauVER et Éco Route Québec. Ce dernier permet de faire une recharge d'appoint du véhicule qui est, la plupart du temps, complètement rechargé chez soi ou au travail. Il est donc utile de faire installer une borne de recharge. L'Association des Véhicules Électriques du Québec offre un guide d'achat des bornes et constitue une bonne source d'information à ce sujet. Vous voyagez à l'extérieur du Québec?

Voici quelques sites vous permettant de trouver des bornes de recharge: [Sun Country Highway](#), [PlugShare](#) et [Energy.gov](#).

Si vous souhaitez estimer les coûts énergétiques des véhicules électriques en fonction du kilométrage annuel, consultez [le calculateur de coût pour véhicules électriques](#) sur le site CAA-Québec.

## Des incitatifs financiers pour amorcer le virage vert

Pour certains, le coût d'une voiture hybride, hybride rechargeable ou électrique peut représenter un obstacle à l'achat de ce type de véhicule. Il existe cependant des incitatifs financiers pouvant faciliter cet achat.

### Côté financement:

Plusieurs institutions financières, dont Desjardins, offrent une option verte pour le financement d'un véhicule neuf, hybride ou électrique. Renseignez-vous!

### Côté subvention:

Le gouvernement du Québec a mis en place des mesures incitatives qui se traduisent par un rabais pouvant aller jusqu'à 8 000 \$ pour l'achat d'un véhicule hybride rechargeable ou entièrement électrique, et un remboursement de 50 % pour l'installation d'une borne à la maison. Pour en savoir plus sur ces incitatifs financiers du gouvernement, consultez le site [Québec roule à la puissance verte](#).

Nous ne pouvons le nier, il y a de l'énergie qui circule pour électrifier les transports! Serez-vous prêt à prendre le virage vert?





## Implied Consent

Where a business can make a connection between an email address and either (i) a purchase made by the holder of that email address within the previous 2 year period, or (ii) an inquiry made by the holder of that email address within the previous 6 month period, the person will be considered to have implicitly consented to receive CEM from the business.

## Express Consent

CASL provides that a request for express consent to send CEM to a recipient may be presented in any form (i.e., email, website pop-up, in-store sign-up forms, contest participation ballots, etc.) but must contain each of the following:

- // a description of the purposes for which consent is sought;
- // the name of the business seeking consent (or the business on behalf of which the request is sent);
- // the mailing address of the business seeking consent (or the business on behalf of which the request is sent);
- // a telephone number or an email address or a web address for the business seeking consent (or the business on behalf of which the request is sent);
- // a statement indicating that the person whose consent is sought can withdraw their consent.

The consent request must provide an “opt-in” option (i.e., toggle boxes must not be pre-checked).

The contact information provided must be valid for at least 60 days after the request is sent.

Express consent to receive CEM does not expire, and remains valid until it is withdrawn by the person having provided their consent.

A primer on canada’s anti-spam lawcanada’s anti-spam legislation (“casl”) came into force on July 1, 2014. since then, businesses are not permitted to send commercial electronic messages (“cem”) except in accordance with casl. in particular, cem may not be sent to recipients unless they have provided their consent to receive them. the possible consequences of sending a cem without having the correct consent are fines and civil lawsuits.

## Proving Consent

In each case where a business relies on either express or implied consent of a recipient to receive CEM, the business must be in a position to prove such consent. This is important because the business may face audits, inspections, penalties, claims, suits or other measures by the relevant authorities or individuals.

Proving consent requires demonstrating a clear connection between a given email address and

a purchase or an inquiry (in the case of implied consent), or that consent was provided by a recipient in writing or verbally (in the case of express consent).

Proving that valid express consent has been obtained will also require proving, in each case, that the requirements described above with respect to a request for consent were respected.



Mandatory Content

Since July 1, 2014, all CEM (not only a request for consent!) must contain the following information:

- // the name of the business sending the message (or, where sent by one business on behalf of another, the name of the business on behalf of which the message is sent, as well as a statement saying which business is actually sending the message on behalf of which other business);
- // the mailing address of the business sending the message (or, if different, the mailing address of the business on behalf of which the message is sent);
- // a telephone number OR an email address OR a web address for the business sending the message (or, if different, the business on behalf of which the message is sent); and
- // an unsubscribe feature that allows the person receiving the message to unsubscribe from the mailing list. This may be in the form of a link to a website or in any other clear and simple form. Unsubscribe requests must be respected within 10 days.

The contact information provided and the unsubscribe feature must remain valid for at least 60 days after the message is sent.

Enforcement

On March 5, 2015, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (the “CRTC”) issued a Notice of Violation under CASL against Compu-Finder, a Quebec-based corporate training company, ordering Compu-Finder to pay a penalty of \$1.1 million for four alleged violations of CASL.

Compu-Finder allegedly sent CEM without recipients’ consent and without including a properly functioning unsubscribe feature between July 2 and September 16, 2014. According to the CRTC, Compu-Finder accounted for 26% of all complaints submitted to the Spam Reporting Centre for its industry

sector. Compu-Finder’s CEM were sent primarily to businesses, with a view to promoting training courses in topics such as management, social media and professional development. The complaints indicated that Compu-Finder’s CEM did not contain offerings that were relevant to recipients.

The CRTC’s first Notice of Violation clearly indicates that CASL applies and will be enforced against non-compliant business-to-business communications.

This widely publicized Notice of Violation also demonstrates that the CRTC is actively investigating complaints about violations of CASL, and will pursue enforcement.

Notices of violation have also been issued against prominent businesses, namely Porter Airlines and Plenty of Fish, each of which have entered into undertakings with the CRTC (a form of settlement) and agreed to pay fines.

The maximum penalty under CASL is \$1 million per violation by an individual and \$10 million per violation by a business. While penalties are established using factors outlined in CASL, including the nature of the violation, any previous violations, as well as other relevant facts, the CRTC enjoys significant discretion with respect to the assessment and application of penalties. The CRTC may also impose other sanctions or issue warnings.

The content of this article is intended to provide general commentary only and should not be relied upon as legal advice.

For more information, please contact:

**Marissa Carnevale**  
**Telephone: 514 925-6324**  
**marissa.carnevale@lrmm.com**

Expérience,  
compétence  
et diversité

Lapointe Rosenstein Marchand Melançon est fière de contribuer au succès des PME et d’encourager les jeunes entrepreneurs asiatiques.

Au sein de notre équipe, vous trouverez tous les services juridiques nécessaires ainsi qu’une équipe multiculturelle qui sera en mesure de vous aider à atteindre vos objectifs et à progresser.

LRMM, un plus pour vos affaires!



LAPOINTE ROSENSTEIN  
MARCHAND MELANÇON  
S.E.N.C.R.L. Avocats

1250, boul. René-Lévesque Ouest  
Bureau 1400  
Montréal (Québec) H3B 5E9  
Téléphone : 514-925-6300  
Télécopieur : 514-925-9001





Photo crédit: Nancy and Will



YCPA SOUHAITE LA BIENVENUE À SES  
TROIS NOUVEAUX ADMINISTRATEURS:  
KHENG HUYNH, DIAN LUO ET CHRIS JIN!