



مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کانادا



مرکز تجارت ایران در کانادا

مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کانادا

Iran Trade Center in Canada

Commercial & Marketing Center
for Iranian Products and Services



توانمندسازی تجارت؛
پیوندی به گستره فرهنگ‌ها

Empowering Trade; Connecting Cultures



iran-canada.ca



مقدمه

انجمن بازرگانی ایران و کانادا امروز، پس از یازده سال فعالیت مستمر، از یک نهاد ارتباطی فراتر رفته و به یک زیرساخت تخصصی برای توسعه تجارت ایران در بازار کانادا و آمریکای شمالی تبدیل شده است. این انجمن با بیش از ۷۶۰ عضو حقوقی و گردش مالی ماهانه‌ای بالغ بر ۷ میلیون دلار به ارزش مبدأ در میان اعضای خود، توانسته است جایگاهی مؤثر در هدایت، تسهیل و سازماندهی بخشی از جریان صادرات، سرمایه‌گذاری، همکاری‌های تجاری و توسعه بازار میان ایران و کانادا ایجاد کند.

ترکیب تجربه نهادی، شبکه گسترده اعضا، دفاتر فعال، کمیسیون‌های تخصصی، خدمات اجرایی و شناخت عملیاتی از بازار مقصد، این امکان را برای انجمن فراهم کرده است که در کنار فعالان اقتصادی، نه صرفاً به‌عنوان یک مشاور، بلکه به‌عنوان یک شریک راهبردی در مسیر ورود، تثبیت و توسعه حضور تجاری در کانادا عمل کند.

معرفی مرکز

همه‌چیز با زمان ساخته نمی‌شود؛ گاهی یک نگاه درست، مسیر سال‌ها را تغییر می‌دهد و معادلات را برای همیشه دگرگون می‌کند.

مرکز تجارت ایران در کانادا، با اتکا بر بیش از یک دهه تجربه اجرایی در قالب انجمن بازرگانی ایران و کانادا (CIBA)، به‌عنوان یکی از نهادهای پیشرو در تسهیل تعاملات تجاری میان ایران و کانادا فعالیت می‌کند.

این مرکز با دریافت مجوز رسمی از سازمان توسعه تجارت ایران (TPO)، نقش مؤثری در ایجاد و تقویت بسترهای ساختاریافته، هدفمند و قابل‌کنترل برای توسعه همکاری‌های تجاری، صادراتی و سرمایه‌گذاری میان دو کشور ایفا کرده است.

مأموریت اصلی مرکز، فراهم‌سازی زیرساخت‌های عملیاتی برای توسعه صادرات، جذب سرمایه‌گذاری، گسترش همکاری‌های تجاری و کمک به حضور پایدار محصولات و خدمات ایرانی در بازار کانادا و آمریکای شمالی است.

« ریشه‌ها و بنیان

پایه‌های شکل‌گیری مرکز تجارت ایران در کانادا بر تجربه، اعتبار و بیش از یک دهه فعالیت مستمر انجمن بازرگانی ایران و کانادا (CIBA) استوار است.

این انجمن از سال ۲۰۱۵ به‌صورت رسمی فعالیت خود را در کانادا آغاز کرده و طی سال‌های فعالیت خود، به یکی از شبکه‌های تخصصی اثرگذار در حوزه تجارت ایران و کانادا تبدیل شده است.

در راستای تقویت بُعد اجرایی این ساختار، شرکت اتحاد بین‌المللی تجارت ساین (Saina International) به‌عنوان بازوی عملیاتی CIBA، مسئولیت اجرای قراردادهای تجاری، توسعه صادرات، مدیریت پروژه‌های بازاریاب‌محور و هماهنگی عملیات لجستیکی را بر عهده دارد.

این هم‌افزایی میان ظرفیت نهادی CIBA و توان اجرایی ساین، امکان ارائه خدمات یکپارچه، مرحله‌محور و نتیجه‌گرا را برای فعالان اقتصادی فراهم می‌سازد.



« دستاوردها و نتایج کلیدی

مرکز تجارت ایران در کانادا، با تکیه بر بیش از یازده سال تجربه اجرایی در قالب انجمن بازرگانی ایران و کانادا، دستاوردهایی ملموس، قابل‌اندازه‌گیری و اثرگذار در توسعه روابط اقتصادی دوجانبه به ثبت رسانده است.

« مهم‌ترین دستاوردها

■ مشارکت در انعقاد بیش از ۳۰۰ قرارداد و تفاهم‌نامه تجاری

حضور فعال در طراحی، مذاکره و اجرای قراردادهای و تفاهم‌نامه‌های تجاری در حوزه‌های مختلف اقتصادی، صنعتی، صادراتی و خدماتی.

■ برگزاری بیش از ۱۰۰ نشست رسمی تجاری و نهادی

سازمان‌دهی و اجرای نشست‌ها و رویدادهای تخصصی در سطوح B2B و B2G با هدف توسعه همکاری‌های راهبردی و ایجاد ارتباطات مؤثر میان فعالان اقتصادی، شرکت‌ها و نهادهای مرتبط.

■ تدوین و اجرای ده‌ها برنامه صادراتی تخصصی

طراحی و اجرای Export Plan برای شرکت‌های ایرانی، با تمرکز بر تحلیل بازار، مزیت رقابتی، الزامات ورود، استانداردهای مقصد و مسیر عملیاتی ورود به بازار کانادا.



■ تسهیل پروژه‌های صادراتی با ارزشی بیش از ۱۵۰ میلیون دلار

نقش‌آفرینی مؤثر در هدایت، توسعه و اجرای پروژه‌های صادراتی و تبدیل فرصت‌های تجاری به نتایج عملیاتی در بازارهای بین‌المللی.

■ **جذب و هدایت حدود ۵۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری**
تسهیل جریان سرمایه در پروژه‌های مشترک، دانش‌بنیان، نوآورانه و صنعتی با هدف تقویت همکاری‌های اقتصادی پایدار میان ایران و کانادا.

■ **ایجاد شبکه‌ای پویا از ارتباطات میان صدها شرکت ایرانی و کانادایی**
برقراری ارتباطات هدفمند و تسهیل شکل‌گیری مشارکت‌های تجاری میان بازیگران کلیدی دو بازار.

■ **راهبری پروژه‌های صادرات، سرمایه‌گذاری و انتقال فناوری**
هدایت راهبردی و پشتیبانی اجرایی از پروژه‌های کلیدی در حوزه‌های صادرات، سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه بازار و انتقال فناوری.

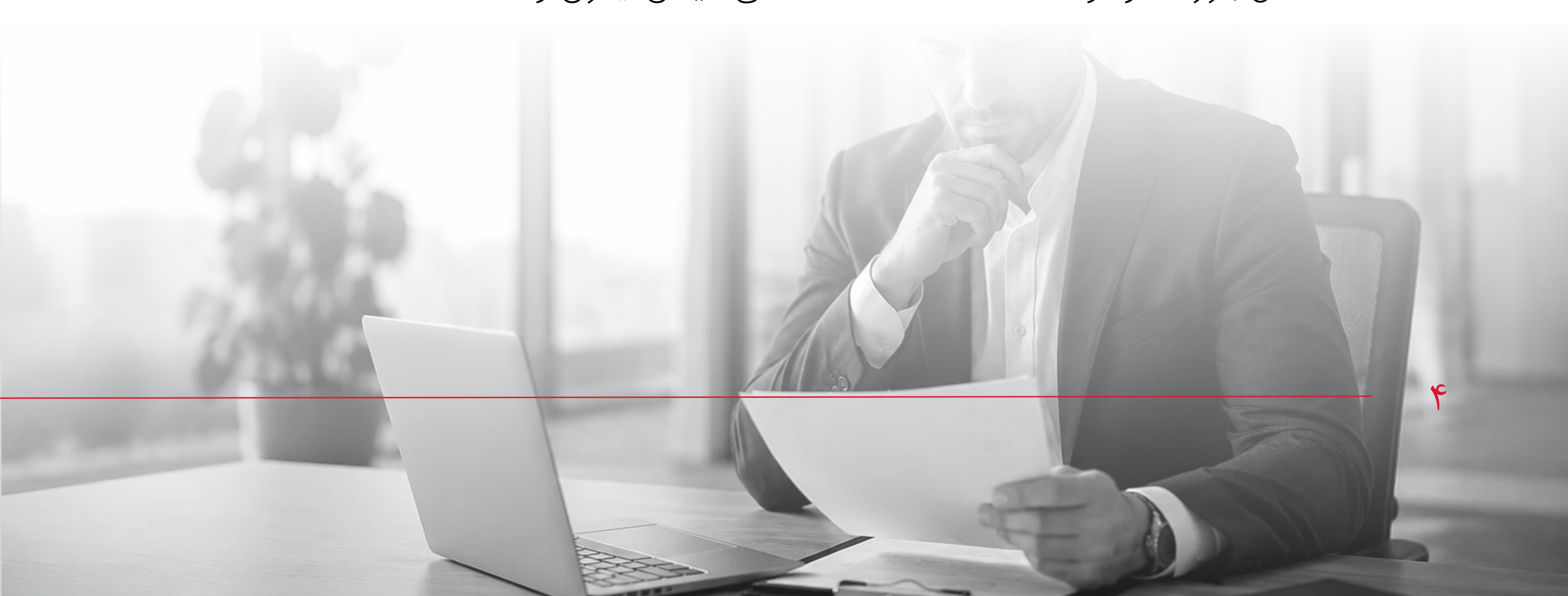
■ **رشد مستمر جامعه اعضا تا بیش از ۷۰۰ عضو حقیقی و حقوقی**
این رشد، که از سال ۲۰۱۵ تاکنون به‌صورت پیوسته محقق شده، بیانگر سطح اعتماد، اعتبار نهادی و اثربخشی عملیاتی این مجموعه است.



« اعتبار نهادی و تأییدیه‌های دانشگاهی

عملکرد و دستاوردهای CIBA مورد توجه نهادهای علمی و دانشگاهی قرار گرفته است. از جمله، دانشگاه بریتیش کلمبیا (UBC) این انجمن را به‌عنوان نمونه‌ای موفق از اجرای حرفه‌ای خدمات تجاری و شبکه‌سازی بین‌المللی معرفی کرده است.

این ارزیابی، بیانگر اعتبار ساختاری، اثربخشی عملیاتی و نقش این مجموعه در اتصال بازارها و توسعه تعاملات اقتصادی میان ایران و کانادا است.





« دامنه فعالیت‌ها

مرکز تجارت ایران در کانادا با هدف توسعه روابط اقتصادی، صادراتی و سرمایه‌گذاری میان ایران و کانادا، فعالیت‌های خود را در محورهای زیر متمرکز کرده است:

- تسهیل ورود ساختاریافته شرکت‌های ایرانی به بازار کانادا
- توسعه صادرات غیرنفتی با رویکرد رقابت‌پذیری جهانی
- ایجاد بسترهای امن، شفاف و پایدار برای سرمایه‌گذاری دوجانبه
- توسعه همکاری‌های فناورانه و نوآوری محور
- مدیریت یکپارچه ریسک‌های تجاری، حقوقی و عملیاتی
- اتصال فعالان اقتصادی ایران به شبکه‌های تجاری، صنعتی و سرمایه‌گذاری کانادا
- حمایت از تجاری‌سازی محصولات و خدمات ایرانی در بازار آمریکای شمالی

« مأموریت

مأموریت مرکز تجارت ایران در کانادا، طراحی و اجرای مسیری ساختاریافته، هوشمند و قابل‌کنترل برای تبدیل ظرفیت‌های صادراتی، صنعتی، خدماتی و سرمایه‌گذاری ایران به فرصت‌های عملیاتی در بازار کانادا و آمریکای شمالی است.

این مرکز با تمرکز بر کاهش ریسک، افزایش شفافیت و ایجاد قابلیت اجرا، بستری فراهم می‌کند تا شرکت‌های ایرانی بتوانند با اطمینان، ورود هدفمند، حضور پایدار و توسعه مقیاس‌پذیر در بازارهای بین‌المللی را تجربه کنند.

رویکرد مرکز، بر این اصل استوار است که ورود به بازار کانادا صرفاً یک اقدام تبلیغاتی یا یک مذاکره اولیه نیست؛ بلکه فرآیندی چندمرحله‌ای شامل آماده‌سازی محصول، تحلیل بازار، انطباق با استانداردها، طراحی مسیر ورود، توسعه شبکه فروش، مدیریت قراردادهای پشتیبانی عملیاتی است.



چشم انداز ۲۰۳۰

این مجموعه به عنوان پلی اجرایی میان ظرفیت‌های صادراتی ایران و الزامات بازار کانادا عمل می‌کند و تلاش دارد:

- فرآیند ورود به بازار را از یک مسیر پرریسک به مسیری قابل مدیریت و عملیاتی تبدیل کند.
- همکاری‌های واقعی، عملیاتی و بلندمدت را میان شرکت‌ها و نهادهای دو کشور تسهیل نماید.
- جریان سرمایه، دانش، فناوری و تجربه بازار را به صورت هدفمند هدایت کند.
- به ارتقای جایگاه بین‌المللی کسب‌وکارهای ایرانی در بازار آمریکای شمالی کمک نماید.
- زمینه شکل‌گیری یک اکوسیستم تجاری پایدار، هوشمند و خودتقویت‌شونده میان ایران و کانادا را فراهم سازد.



نگاه به آینده

« ۲۰۲۶ و فراتر از آن

مسیر توسعه مرکز تجارت ایران در کانادا بر محورهای زیر متمرکز است:

- توسعه صادرات فناورمحور و تقویت حضور شرکت‌های دانش‌بنیان در بازارهای بین‌المللی
- طراحی و فعال‌سازی ابزارهای نوین تأمین مالی برای پروژه‌های صادراتی و صنعتی
- گسترش همکاری‌های راهبردی چندسطحی میان نهادهای، شرکت‌ها و اکوسیستم‌های نوآوری
- توسعه مسیرهای عملیاتی برای ورود کالاها و خدمات ایرانی به بازار کانادا
- ارتقای جایگاه ایران در زنجیره ارزش منطقه‌ای و بازار آمریکای شمالی





اهداف کوتاه‌مدت تا ۲۰۲۷

- « تثبیت رشد پایدار صادرات و افزایش سهم بازار محصولات و خدمات ایرانی در کانادا
- « توسعه شبکه شرکای تجاری و تقویت تعاملات بین‌المللی
- « افزایش تعداد پروژه‌های صادراتی ساختاریافته
- توسعه ظرفیت‌های اجرایی برای خدمات B2G و B2B

اهداف میان‌مدت تا ۲۰۳۰

- « تبدیل‌شدن به یکی از مسیرهای کلیدی تجارت ایران در آمریکای شمالی
- « جذب و هدایت بیش از ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه و منابع مالی
- « توسعه همکاری‌های فناورانه، صنعتی و سرمایه‌گذاری میان ایران و کانادا
- « ایجاد شبکه‌ای پایدار از شرکای تجاری، توزیع‌کنندگان، سرمایه‌گذاران و نهادهای تخصصی

اهداف بلندمدت...

- « توسعه همکاری‌های اقتصادی، فناورانه و سرمایه‌گذاری در مقیاس بین‌المللی
- « شکل‌دهی به یک اکوسیستم تجاری پایدار، هوشمند و خودتقویت‌شونده میان ایران و کانادا
- « ارتقای جایگاه محصولات و خدمات ایرانی در زنجیره ارزش جهانی
- « تبدیل ظرفیت‌های ملی ایران به حضور مؤثر، پایدار و معتبر در بازارهای بین‌المللی



چارچوب توانمندسازی تجارت

مرکز تجارت ایران در کانادا با بهره‌گیری از یک چارچوب اجرایی پیشرفته، مسیر ورود و توسعه کسب‌وکارها را به‌صورت مرحله‌محور، یکپارچه و نتیجه‌گرا مدیریت می‌کند.

« محوره‌ای کلیدی این چارچوب

- انطباق محصول با استانداردها و الزامات بازار
- طراحی مسیر ورود و تدوین برنامه صادراتی
- مدیریت یکپارچه زنجیره تأمین و لجستیک بین‌المللی
- توسعه شبکه‌سازی تجاری در سطوح B2B و B2G
- مدیریت حقوقی، قراردادی و ریسک‌های عملیاتی
- اجرای برنامه‌های فروش و بازاریابی بین‌المللی
- پشتیبانی از توسعه برند و تثبیت حضور در بازار هدف

مدل اجرایی تجارت بین‌الملل

مدل اجرایی مرکز تجارت ایران در کانادا، یک چارچوب یکپارچه و نتیجه‌محور است که کل مسیر ورود به بازار، توسعه و تثبیت حضور در کانادا را به‌صورت سیستماتیک مدیریت می‌کند.

این مدل، خدمات پراکنده را به یک چرخه اجرایی منسجم، قابل کنترل و قابل اندازه گیری تبدیل می نماید.

۱. اجرای یکپارچه صادرات

End-to-End Export Execution

مدیریت کامل فرآیند صادرات از مبدأ تا تحویل نهایی، شامل:

- مدیریت زنجیره تأمین و لجستیک
- هماهنگی عملیات حمل و نقل و گمرکی
- کنترل هزینه، زمان و ریسک اجرایی
- یکپارچه سازی فرآیند تحویل کالا
- اتصال فرآیند صادرات به شبکه فروش و توزیع در بازار مقصد

۲. اجرای ورود به بازار

Market Entry Execution

تبدیل ظرفیت صادراتی به حضور واقعی در بازار هدف، شامل:

- تحلیل بازار و رقبا
- طراحی مسیر ورود به بازار
- فعال سازی کانال های فروش
- اجرای استراتژی های توسعه بازار
- انتخاب مدل مناسب حضور در بازار، از جمله نمایندگی، شریک محلی یا سرمایه گذاری مشترک

۳. سیستم آماده سازی محصول

Product Enablement System

آماده سازی کامل محصول برای ورود قانونی، فنی و عملیاتی به بازار کانادا، شامل:

- ثبت محصول (Product Registration)
- اخذ مجوزها و گواهی های قانونی
- آماده سازی و تکمیل مستندات فنی
- انطباق با الزامات رگولاتوری
- اصلاح بسته بندی، لیبلینگ و اطلاعات محصول متناسب با بازار مقصد

۴. اجرای فروش و بازاریابی بین المللی

International Sales & Marketing Execution

تبدیل ورود به بازار به فروش پایدار، شامل:

- تحلیل بازار و رفتار مشتری
- توسعه برند در بازار هدف
- طراحی و مدیریت کانال های فروش
- اجرای مدل های B2B، B2G، B2C و DTC در صورت تناسب با نوع محصول و بازار
- طراحی کمپین های تبلیغاتی و برنامه های توسعه فروش
- ایجاد شبکه نمایندگی، توزیع و همکاری تجاری

معماری خدمات



مدل خدماتی مرکز تجارت ایران در کانادا، بر پایه یک ساختار یکپارچه، مرحله محور و اجرایی طراحی شده است. این ساختار، کل چرخه توسعه بازار و صادرات را از ورود به بازار تا تثبیت و توسعه حضور تجاری پوشش می‌دهد. این معماری خدماتی، با ترکیب خدمات راهبردی، زیرساخت‌های عملیاتی، انطباق مقرراتی، شبکه‌سازی تجاری و مدل‌های نوین فروش، فرآیند صادرات را از یک فعالیت مقطعی به یک سیستم پایدار، قابل کنترل و نتیجه‌محور تبدیل می‌کند.

۱. استراتژی ورود به بازار

Market Entry Strategy

- طراحی استراتژی ورود به بازار
- تحلیل بازار، رقبا و فرصت‌های رشد
- تدوین برنامه صادراتی (Export Plan) مبتنی بر داده
- شناسایی کانال‌های فروش و توزیع
- طراحی برنامه توسعه بازار و فعالیت‌های ترویج تجاری



۲. استقرار و توسعه حضور در بازار

Market Presence Development

- طراحی و پیاده‌سازی مدل‌های حضور، شامل نمایندگی، شریک محلی و سرمایه‌گذاری مشترک (JV)
 - استقرار عملیاتی و مدیریت حضور در بازار کانادا
 - توسعه فعالیت‌های بازارمحور و مدیریت تعاملات محلی
 - هماهنگی اجرایی برای ورود، تثبیت و مقیاس‌پذیری
- در این مرحله، مرکز با بهره‌گیری از مدل‌های نوین بازاریابی و فروش مستقیم، از جمله B2C و DTC، زیرساخت‌های لازم برای ارتباط مستقیم میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نهایی را طراحی و پیاده‌سازی می‌کند. این رویکرد، ضمن تکمیل کانال‌های توزیع سنتی، امکان توسعه فروش مستقیم، افزایش کنترل بر برند، کاهش وابستگی به واسطه‌ها و ارتقای بهره‌وری تجاری را فراهم می‌سازد.

۳. مدیریت زنجیره تأمین و لجستیک بین‌المللی

International Supply Chain & Logistics

- طراحی و بهینه‌سازی زنجیره تأمین بین‌المللی
- مدیریت لجستیک صادراتی و فرآیندهای حمل‌ونقل
- اجرای مدل صادرات یکپارچه (End-to-End Export Execution)
- هماهنگی با بازیگران کلیدی زنجیره ارزش
- افزایش کارایی، کاهش هزینه و کنترل ریسک‌های عملیاتی

۴. خدمات حقوقی، مالی و مدیریت ریسک

Legal, Financial & Risk Management

- تنظیم، بررسی و مدیریت قراردادهای تجاری بین‌المللی
- مدیریت ریسک‌های حقوقی، مقرراتی و عملیاتی
- انطباق با استانداردها و الزامات بازار کانادا
- تسهیل فرآیندهای سرمایه‌گذاری، تأمین مالی و ساختارهای حقوقی

در این چارچوب، خدمات ثبت محصول (Product Registration) و اخذ مجوزهای لازم برای ورود به بازار نیز ارائه می‌شود، از جمله:

- ثبت برند و مالکیت معنوی در کشور مقصد
- اخذ گواهی‌ها و مجوزهای قانونی و تخصصی
- تهیه مستندات فنی و انطباق با الزامات رگولاتوری
- تعامل با نهادهای نظارتی و قانونی
- کاهش ریسک عدم پذیرش محصول در بازار مقصد

۵. شبکه‌سازی و توسعه همکاری‌های راهبردی

Strategic Networking & Partnerships

- توسعه ارتباطات تجاری در سطوح B2B و B2G
 - تسهیل مذاکرات و شکل‌گیری مشارکت‌های راهبردی
 - اتصال به اکوسیستم‌های تجاری، صنعتی و نوآوری کانادا
 - توسعه همکاری‌های چندجانبه و بین‌المللی
- همچنین، این بخش با پشتیبانی از فعالیتهای بازاریابی، شامل طراحی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی، توسعه برند، ایجاد شبکه‌های فروش و نمایندگی و اتصال هدفمند به مشتریان، شرکای تجاری و بازارهای جدید، فرآیند توسعه بازار را به‌صورت عملیاتی تکمیل می‌کند.

۶. انطباق محصول و استانداردسازی

Product Compliance & Standardization

تطبیق محصول با الزامات بازار مقصد، یکی از ارکان کلیدی موفقیت صادراتی است. خدمات این بخش شامل موارد زیر است:

- تحلیل و تطبیق محصول با استانداردهای بازار کانادا
 - اصلاح مشخصات فنی، بسته‌بندی و برچسب‌گذاری (Labeling)
 - انطباق با الزامات ایمنی، بهداشتی و زیست‌محیطی
 - اخذ گواهی‌های کیفیت و تأییدیه‌های بین‌المللی
 - کاهش ریسک عدم پذیرش محصول در بازار
 - افزایش اعتبار و رقابت‌پذیری محصول در سطح بین‌المللی
- مدل اجرایی مرکز تجارت ایران در کانادا، یک چارچوب یکپارچه و نتیجه‌محور است که کل مسیر ورود به بازار، توسعه و تثبیت حضور در کانادا را به‌صورت سیستماتیک مدیریت می‌کند.

کمیسیون‌های تخصصی

به منظور افزایش عمق تخصص، تمرکز عملیاتی و کیفیت اجرا، خدمات مرکز تجارت ایران در کانادا از طریق ساختار کمیسیون‌های تخصصی سازمان‌دهی شده است.

« کمیسیون خدمات تجاری

- توسعه بازار و تسهیل صادرات
- پشتیبانی از ورود و استقرار شرکت‌ها در بازار کانادا
- ارائه خدمات اجرایی برای رشد، توسعه و اجرای پروژه‌های تجاری
- کمک به طراحی مسیر ورود و مدل تجاری مناسب برای بازار هدف

« کمیسیون رویدادهای تجاری

- طراحی و اجرای رویدادهای B2B
- سازمان‌دهی هیئت‌های تجاری و بازدیدهای رسمی
- توسعه تعاملات و ارتباطات بین‌المللی
- ایجاد بستر مذاکره میان شرکت‌ها، نهادها و بازیگران بازار
- کمیسیون زیرساخت و لجستیک
- توسعه زیرساخت‌های عملیاتی بازار
- مدیریت زنجیره تأمین و لجستیک
- بهینه‌سازی فرآیندهای اجرایی
- پشتیبانی از حمل، انبارداری، توزیع و استقرار عملیاتی در بازار مقصد

« کمیسیون خدمات حقوقی

- تنظیم و نظارت بر قراردادهای
- مدیریت ریسک‌های حقوقی
- انطباق با قوانین و مقررات بین‌المللی
- پشتیبانی از مذاکرات قراردادی، حل اختلاف و حفاظت از منافع تجاری





« کمیسیون آموزش و ترویج

- طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی تخصصی
- تولید محتوای حرفه‌ای و بازارمحور
- توانمندسازی فعالان اقتصادی و ارتقای دانش صادراتی
- ترویج فرهنگ صادرات و انتقال دانش کاربردی تجارت بین‌الملل
- کمیسیون نوآوری و فناوری
- حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و نوآور
- تسهیل انتقال فناوری
- توسعه همکاری‌های فناورانه
- اتصال شرکت‌ها به اکوسیستم‌های نوآوری ایران و کانادا
- کمک به تجاری‌سازی محصولات و خدمات فناوری‌محور

جمع‌بندی راهبردی

مدل خدماتی مرکز تجارت ایران در کانادا، یک پلتفرم اجرایی واقعی است؛ نه صرفاً ارائه‌دهنده خدمات مشاوره‌ای پراکنده.

این ساختار با ترکیب استراتژی، زیرساخت، اجرا، شبکه‌سازی و مدیریت ریسک، مسیر ورود به بازار را از یک فرآیند پیچیده و پرریسک به سیستمی قابل‌مدیریت، مقیاس‌پذیر و نتیجه‌محور تبدیل می‌کند.

در این مدل، شرکت‌ها نه تنها وارد بازار می‌شوند، بلکه می‌توانند حضور خود را تثبیت کنند، توسعه دهند و به جریان پایدار درآمد و ارزش‌آفرینی دست یابند.



مرکز تجارت ایران در کانادا

جایی که ظرفیت‌های صادراتی ایران به فرصت‌های واقعی در بازار کانادا تبدیل می‌شوند

Iran Trade Center in Canada

Where Iranian capabilities become real opportunities in the Canadian market.



مرکز تجاری و بازاریابی محصولات و خدمات ایرانی در کانادا

تماس مستقیم / پیام‌رسان:

+۹۸ (۹۱۲) ۳۸۹۲۴۱۶

دفتر مرکزی:

+۹۸ (۲۱) ۹۱۰۳۵۶۷۹

تلفن دفتر کانادا:

+۱ (۶۴۷) ۶۱۹ ۰۸۶۲

iran-canada.ca

info@iran-canada.ca

دفتر مرکزی:

پاسداران، خیابان شهید کلاهدوز، پلاک ۳۱۵، طبقه پنجم، واحد ۱۴

دفتر امور تجاری:

میرداماد، میدان مادر، خیابان شاه‌نظری، خیابان دوم، پلاک ۳۷

تورنتو کانادا:

7030 Woodbine Ave, Suite 500, Markham, ON L3R6G2, Canada

مونترال کانادا:

2020 Trans-Canada Route #107, Dorval, QC H9P 2N4, Canada

