

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
July 2025 – Issue 55
ISSN 2564-1069



ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

شماره پنجاه و پنجم – جولای (ژوئیه) ۲۰۲۵

دوازده روز جنگ؛ دوازده قرن رنج

تضمین اقتصادی؛ راه حل نهایی ایران برای امنیت ملی

روز سوم جنگ عیار ما با انتشار بیانیه و آغاز فعالیت به شکل خاص شرایط جنگی مشخص شد



سخن مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا.....	۴
تضمین اقتصادی؛ راه حل نهایی ایران برای امنیت ملی.....	۷
معرفی اعضا	۹
روز سوم جنگ عیار ما با انتشار بیانیه و آغاز فعالیت به شکل خاص	
شرایط جنگی مشخص شد.....	۱۰
آماده سازی برای فرصت های جدید: آیا کسب و کارهای ایرانی	
برای رفع تحریم ها و توافق با آمریکا آماده اند؟.....	۱۲
وضعیت فورس مازور در قراردادهای بین المللی و قراردادهایی که	
یکی از طرفین آن در ایران است.....	۱۹
چطور برندینگ مثل یک ابرقهرمان عمل می کنه؟.....	۲۵
خودروهای تولید شده در کانادا:	
نگاهی جامع به صنعت خودروسازی کانادا و نقش آن در تجارت جهانی.....	۲۷
مقایسه مالیات برای کارآفرینان: ایران در برابر کانادا.....	۳۶
داستان فرانچایز Poulet Rouge در کانادا	۴۲

اشتراک ویژه ماهنامه‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا به صورت چاپ شده

فرصتی بی‌نظیر برای فعالان اقتصادی و تجاری!

ماهنامه‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا، منبعی ارزشمند برای تحلیل‌های اقتصادی، معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و راهکارهای توسعه کسب‌وکار در ایران و کانادا را به صورت چاپ شده دریافت کنید...

ویژگی‌های اشتراک

۱۲ شماره ماهنامه در یک سال

دسترسی به تحلیل‌های اقتصادی به‌روز

شناسایی فرصت‌های همکاری تجاری

ارتباط مستقیم با شبکه‌های بین‌المللی

هزینه اشتراک سالانه

فقط ۸۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال

هزینه سالانه: ۸/۵۰۰/۰۰۰ تومان

برای ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر

☎ 021-22 76 46 72

☎ 0912-194-13 66



canadairan.ca

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
December 2024, Issue 48
ISSN 2564-1069



ماهنامه انجمن بازرگانی
ایران و کانادا

دسامبر ۲۰۲۴ - شماره چهل و هشت

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
November 2024 - Issue 47
ISSN 2564-1069



من بازرگانی
انادا

۲۰۲۴ - شماره چهل و هفت



Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
January 2025, Issue 49
ISSN 2564-1069



ماهنامه انجمن بازرگانی
ایران و کانادا

ژانویه ۲۰۲۵ - شماره چهل و نهم



دوازده روز جنگ؛ دوازده قرن رنج

دوازده روز جنگ بود،
اما برای ما، گویی دوازده قرن گذشت...



امروز، ۲۵ ژوئن ۲۰۲۵، که این کلمات را می‌نویسم، جنگ به پایان رسیده است. آسمان ایران دیگر از صدای موشک‌ها و آژیرها نمی‌لرزد. اما زخم‌های این دوازده روز، بر قلب و روح میلیون‌ها ایرانی، چه در داخل وطن و چه در دوردست‌های جهان، باقی مانده است. من قصد نداشتم این ماهنامه را منتشر کنم. می‌خواستم سکوت کنم، مثل بسیاری از ما که در این روزها، میان اضطراب و امید، زبانمان بند آمده بود. اما حالا که طوفان فروکش کرده، وظیفه دارم سخنی بگویم؛ نه فقط به‌عنوان مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا، بلکه به‌عنوان یک ایرانی که قلبش با هر تپش، برای وطن می‌زند.

روزهایی که زمان متوقف شد

در این دوازده روز، ما نه تنها شاهد انفجارها و بی‌قراری آسمان ایران بودیم، بلکه شریک درد، اضطراب و اشک‌های فروخورده میلیون‌ها انسان بی‌گناه شدیم. جنگ، آن‌گونه

که تصمیم‌سازان جهانی آن را در نقشه‌ها و بازی‌های ژئوپلیتیک می‌بینند، برای ما ایرانیان چیزی بیش از یک واژه بود. جنگ، یعنی مادری که شب‌ها با ترس از صدای انفجار، فرزندانش را در آغوش می‌فشرد. جنگ، یعنی پدری که در صف‌های طولانی برای نان، به آینده فرزندانش می‌اندیشد.



جنگ، یعنی کودکی که رویاهایش زیر آوار واقعیت‌های تلخ دفن می‌شود.

برای ما ایرانیان خارج از کشور، این روزها شبیه انتظار پشت درهای بسته اتاق عمل بود. در تورنتو، مونترال، ونکوور یا هر گوشه دیگر از جهان، چشم به صفحه‌های خبر دوختیم. تماس‌هایمان با تهران، شیراز، اصفهان یا تبریز دیگر رنگ و بوی گذشته نداشت. هر مکالمه، یک سؤال تکراری: «امن هستید؟» و هر پاسخ، بغضی که در گلو می‌ماند. ما دعا کردیم، آرزو کردیم، و با تمام وجود خواستیم که این کابوس پایان یابد. امروز، از صمیم قلب برای همه هم‌وطنانم، چه آن‌ها که در ایران این روزها را پشت سر گذاشتند و چه آن‌ها که از دور شاهد بودند، آرزوی سلامتی و آرامش دارم.

کسب‌وکارها در سایه جنگ

جنگ تنها به میدان نبرد محدود نمی‌شود؛ اثراتش به اقتصاد، تجارت و معیشت مردم نفوذ می‌کند. در این دوازده روز، کسب‌وکارهای ایرانی، از کارگاه‌های کوچک خانوادگی گرفته تا شرکت‌های بزرگ، زیر فشار بی‌سابقه‌ای قرار گرفتند.



زنجیره‌های تأمین مختل شد، بازارها متزلزل شدند و اعتماد سرمایه‌گذاران، چه داخلی و چه خارجی، به لرزه درآمد. بسیاری از فعالان اقتصادی، که سال‌ها برای ساختن آینده‌ای بهتر تلاش کرده بودند، شاهد توقف پروژه‌ها و از دست رفتن فرصت‌ها بودند.

اما در این میان، تاب‌آوری کسب‌وکارهای ایرانی بار دیگر خود را نشان داد. کسبه‌ای که با وجود خطر، درهای مغازه‌هایشان را باز نگه داشتند، کارآفرینانی که با ابتکار عمل، راه‌هایی برای ادامه فعالیت یافتند، و خانواده‌هایی که با حمایت از یکدیگر، چرخ اقتصاد محلی را زنده نگه داشتند. این روحیه، همان چیزی است که ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا به آن افتخار می‌کنیم و می‌خواهیم آن را تقویت کنیم.

مسئولیت ما در برابر آینده

این دوازده روز، چیزی را در ما تغییر داد. ما دیگر نمی‌توانیم صرفاً تماشاگر باشیم. ما، به‌عنوان بخشی از جامعه ایرانیان کانادا، بدهکاریم؛ بدهکار به

کسب و کارهای ایرانی تلاش کنیم. ما در حال برنامه‌ریزی برای ابتکاراتی هستیم که نه تنها به احیای اقتصاد ایران کمک کند، بلکه فرصت‌هایی برای همکاری‌های بین‌المللی فراهم آورد. از ایجاد پلتفرم‌های تجاری دیجیتال گرفته تا برگزاری نشست‌های مشترک با فعالان اقتصادی کانادا، هدف ما این است که ایران را بار دیگر به عنوان شریکی قابل اعتماد در صحنه جهانی معرفی کنیم.

دعوت به تحول

دوازده روز جنگ، نقطه عطفی برای همه ما بود. این روزها به ما آموخت که سکوت، دیگر گزینه نیست. از تمام اعضای انجمن، کارآفرینان، متخصصان و هموطنان دعوت می‌کنم که در این مسیر با ما همراه شوند. بیایید این بحران را به فرصتی برای تحول تبدیل کنیم؛ تحولی در نگاهی که به مسئولیت اجتماعی، به سرمایه‌گذاری در آموزش و نوآوری، و به دیپلماسی اقتصادی که می‌تواند از تکرار چنین روزهایی جلوگیری کند.

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، متعهد هستیم که صدای کسب و کارهای ایرانی باشیم و پلی برای اتصال آن‌ها به بازارهای جهانی بسازیم. بیایید با هم، آینده‌ای بسازیم که در آن، هیچ کودکی از صدای انفجار نترسد، هیچ خانواده‌ای نگران نان شب نباشد، و هیچ کارآفرینی از آینده ناامید نشود.

دوازده روز گذشت...

اما مأموریت ما تازه آغاز شده است. برای ایران، برای صلح، برای آینده‌ای روشن‌تر.

با احترام،

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



مردمی که در سخت‌ترین شرایط ایستادگی کردند، به کودکانی که حق دارند در صلح و امنیت بزرگ شوند، و به آینده‌ای که باید برای ایران بسازیم. این بدهکاری، نه با حسرت و تأسف، بلکه با عمل و تعهد بازپرداخت می‌شود.

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا باور داریم

که تجارت، فراتر از مبادله کالا و خدمات، ابزاری برای ساختن صلح و اعتماد است.

تجارت، گفت‌وگویی است که ملت‌ها را به هم

پیوند می‌دهد و وابستگی‌های مثبت ایجاد می‌کند؛ وابستگی‌هایی که جنگ را پرهزینه و صلح را سودمند می‌سازد. امروز، بیش از هر زمان دیگر، وظیفه داریم که با تقویت روابط تجاری بین ایران و کانادا، به بازسازی اعتماد و ثبات اقتصادی کمک کنیم.

ما نمی‌گوییم که در این دوازده روز، کمک‌های مالی یا خیریه‌ای جمع‌آوری کردیم، چرا که صداقت، اولین اصل ماست. اما قول می‌دهیم که از امروز، با تمام توان برای حمایت از





تضمین اقتصادی؛ راه حل نهایی ایران برای امنیت ملی

شناخته می‌شود، نه تنها منجر به انتقال فناوری می‌شود، بلکه صدها مهندس، تکنسین و نیروی کار ایرانی را وارد زنجیره ارزش جهانی می‌کند.

از واردکننده تا سازنده؛ تغییر معادله قدرت در صنعت خودرو مطابق برآوردهای رسمی، ایران به‌طور سالانه به واردات حداقل ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو نیاز دارد. این یک بازار بزرگ، مستعد و تضمین‌شده است. اگر تنها نیمی از این ظرفیت (۱۰۰ هزار دستگاه) به‌فورد اختصاص یابد و شرط آن، سرمایه‌گذاری مستقیم در ایران با تأسیس کارخانه و استخدام نیروی کار بومی باشد، نتیجه نه‌فقط یک تحول صنعتی، بلکه پایه‌ریزی مجدد امنیت اقتصادی ملی خواهد بود.

در دورانی که تنش‌های امنیتی به اوج خود رسیده و سایه‌ی درگیری‌های منطقه‌ای از جمله جنگ اخیر میان ایران و اسرائیل، بر آینده خاورمیانه سنگینی می‌کند، بیش از هر زمان دیگر باید این پرسش را با جدیت مطرح کرد: امنیت ملی ایران چگونه تضمین می‌شود؟

اگرچه امنیت، تعاریف متعددی در حوزه نظامی، فرهنگی و سیاسی دارد، اما در جهان امروز، تضمین اقتصادی، قدرتمندترین بازوی امنیت ملی است. نه با توپ و تانک، بلکه با سرمایه‌گذاری، اشتغال، و وابستگی متقابل اقتصادی است که می‌توان یک کشور را از دایره تهدیدهای مزمن بیرون کشید.

از واشنگتن تا تهران؛ آیا فورد می‌تواند کلید صلح باشد؟ فرض کنیم در فردای پس از پایان بحران فعلی، مذاکره‌کننده‌ای کارکشته در تهران بتواند قراردادی با شرکت فورد موتور آمریکا منعقد کند. قراردادی که طبق آن، فورد متعهد شود سالانه ۱۰۰ هزار دستگاه از مدل‌های خاص خود را برای بازار ایران تولید کند اما نه به شکل صادراتی، بلکه در قالب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) و با راه‌اندازی خط تولید در داخل ایران. این مدل که در ادبیات اقتصادی با مفاهیم OEM (تولید برای برند اصلی در محل دیگر) یا ODM (تولید طراحی‌شده سفارشی)





تخمین می‌زنیم که اجرای چنین پروژه‌ای نیاز به سرمایه‌گذاری حدود ۱۰۰ میلیون دلار توسط طرف آمریکایی دارد. اما در ازای آن، فوراً نه تنها به یک بازار داخلی بزرگ، بلکه به دروازه‌ای برای صادرات منطقه‌ای از جمله به عراق، افغانستان، آسیای مرکزی و قفقاز دست پیدا می‌کند.

وقتی اقتصاد امنیت می‌آورد؛ سرمایه‌گذار دشمن نمی‌خواهد

کشوری که میزبان سرمایه‌گذاری صد میلیون دلاری شرکت‌های آمریکایی، ژاپنی یا اروپایی است، به سختی می‌تواند هدف حمله مستقیم همان کشورها قرار گیرد. وابستگی متقابل اقتصادی مانند پلی‌ست که منافع دو طرف را به هم گره می‌زند و هزینه هرگونه خصومت را به شدت افزایش می‌دهد.

همین قاعده در صنایع دیگر نظیر گاز، پتروشیمی، معدن، انرژی تجدیدپذیر و فناوری اطلاعات قابل اعمال است. به جای اینکه ایران صرفاً صادرکننده مواد خام یا واردکننده تجهیزات باشد، می‌تواند با طراحی مدل‌هایی شبیه به توافق فرضی با فورد، بازیگر تولیدی منطقه شود.

نیروی انسانی؛ برنده نهایی این بازی بزرگ

کارخانه فورد در ایران، فقط ماشین نمی‌سازد؛ تجربه می‌سازد. نسل جدیدی از مهندسان ایرانی، زیر نظر متخصصان بین‌المللی، به دانشی دست می‌یابند که ارزش آن بسیار فراتر از صادرات خودرو است. این همان چیزی‌ست که

در دهه‌های اخیر، چین، ویتنام و ترکیه را به قدرت‌های صنعتی تبدیل کرد: انتقال دانش، نه فقط انتقال کالا.

ایران می‌تواند امنیت پایدار را نه با تهدید متقابل، بلکه با وابستگی اقتصادی هدفمند ایجاد کند.

این مدل نیازمند پنج عنصر کلیدی است:

یک: مذاکره‌کننده حرفه‌ای با فهم اقتصادی و ژئوپلیتیکی
دو: تصمیم‌گیرانی شجاع با نگاه بلند مدت

سه: اصلاح چارچوب حقوقی سرمایه‌گذاری خارجی

چهار: هم‌راستایی دستگاه‌های حاکمیتی در حمایت از FDI

پنج: تبدیل تهدید تحریم به انگیزه برای خودکفایی در تولید با کمک سرمایه بین‌المللی

اگر ایران بتواند مسیر تضمین اقتصادی را به‌عنوان راهبرد نهایی امنیتی بپذیرد، چه بسا در یک دهه آینده، نه فقط به کشوری امن‌تر، بلکه به کشوری توسعه‌یافته‌تر، متوازن‌تر و دارای صلح پایدارتر بدل خواهد شد.

معرفی اعضا



مهران خسروی

مدیرعامل شرکت بنیان تجارت سفیران

با درود و احترام

بدین وسیله اینجانب مهران خسروی، مدیرعامل شرکت بنیان تجارت سفیران، با بیش از یک دهه سابقه فعالیت حرفه‌ای در حوزه‌های تجارت بین‌المللی، فرآورده‌های نفتی، شیمیایی، پتروشیمی، فلزات گران‌بها، قهوه، کاکائو، کودهای کشاورزی و همچنین لجستیک و حمل‌ونقل کالا، بدین وسیله آمادگی و تمایل خود را جهت همکاری، تبادل نظر و توسعه روابط تجاری میان فعالان اقتصادی ایران و کانادا ابراز می‌دارم.



شرکت بنیان تجارت سفیران همواره در مسیر صداقت، شفافیت و پایداری روابط تجاری گام برداشته و با بهره‌گیری از تجربه و دانش تخصصی، در پی خلق فرصت‌های ارزشمند در سطح بین‌المللی می‌باشد.

خواهشمند است دستور فرمایید این معرفی‌نامه جهت آشنایی و برقراری ارتباط مؤثر با انجمن محترم بازرگانی ایران و کانادا مورد توجه قرار گیرد. از حسن توجه و همکاری ارزشمندتان صمیمانه سپاسگزارم.

با احترام و آرزوی توفیق

مهران خسروی

مدیرعامل شرکت بنیان تجارت سفیران

اطلاعات تماس:

موبایل: ۰۹۱۳۳۱۰۹۶۶۶

تلفن دفتر: ۰۳۱۳۱۳۳۹۶۶۶

تلفکس: ۰۳۱۳۱۳۳۹۸۸۸

آدرس: اصفهان، منطقه صنعتی
امیرکبیر، شاپور جدید، خیابان قائم
مقام شمالی، نبش خیابان وحدت،
پلاک ۳۷۸، طبقه اول، واحد ۲

www.safirantco.ir

www.safirantco.com

safirantco@gmail.com



روز سوم جنگ عیار ما با انتشـار بیانیه و آغاز فعالیت به شکل خاص شرایط جنگی مشخص شد

در روز پانزدهم ژوئن دو بیانیه از طرف انجمن و شرکت
ساینا به شرح زیر منتشر گردید:

بیانیه رسمی انجمن بازرگانی ایران و کانادا

با درود به ایران و ایرانیان سربلند، به تمامی اعضای محترم
انجمن بازرگانی ایران و کانادا، و به همه هم‌میهنان عزیزمان،
در این لحظات حساس و سرنوشت‌ساز، که قلب هر ایرانی از تجاوز
ناجوانمردانه و جنایتکارانه دشمن متخاصم اسرائیل به سرزمین پاک
و عزیزمان زخمی شده است، ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا با تمام
وجود در کنار شما ایستاده‌ایم. این سرزمین، یادگار خون هزاران شهید و میراث
عزت و غیرت نیاکان ماست؛ خاکی که با جان و دل ما آمیخته شده و هیچ قدرتی
نمی‌تواند عزم راسخ ما را در دفاع از آن درهم بشکند.

ما، مدیران و اعضای این انجمن، با تمام توان و اراده‌مان متعهد می‌شویم که در
این روزهای سخت، اتحاد و همدلی را تقویت کنیم. تجارت و همکاری‌هایمان، با
تمرکز بر گسترش تولید و چرخه‌های اقتصادی، نه‌تنها ادامه خواهد یافت، بلکه
با قدرت و قوت بیشتری برای حمایت از صادرات و شکوفایی اقتصاد ملی به پیش
خواهد رفت. این تجاوز، اراده ما را برای ساختن آینده‌ای سربلند، مستقل و قدرتمند،
بیش از پیش استوار کرده است.

به همه شما، هم‌میهنان عزیز و دلاور، فراخوان می‌دهیم که با وحدت، آگاهی و
همبستگی در کنار یکدیگر بایستیم. هر یک از ما، با هر شغل و جایگاهی که داریم،
گویی شمع فروزان در این شب تاریک هستیم. با عشق بی‌پایان به وطن، دست
در دست هم می‌دهیم و به جهانیان نشان می‌دهیم که ایران، همیشه و برای
همیشه، سربلند و استوار خواهد ماند.

روابط عمومی انجمن بازرگانی ایران و کانادا

ایران سرای من است، سربلندی تو آرزوی من است...





بیانیه رسمی مجمع صادرکنندگان ایران اکسپورتر

با سلام و درود به ملت شریف ایران و
تمامی فعالان اقتصادی و صادرکنندگان
عزیز،

در این لحظات پرتهاپ، که دل هر ایرانی از تجاوز ناجوانمردانه و شرورانه رژیم صهیونیستی به خاک پاک میهنمان جریحه دار شده است، مجمع صادرکنندگان ایران اکسپورتر، وابسته به شرکت اتحاد بین‌المللی تجارت ساینا، با تمام قوا در کنار شما ایستاده است. این سرزمین، میراث خون هزاران شهید و گنجینه غیرت و افتخار نیاکان ماست؛ خاکی که با ریشه‌های عمیق ما پیوند خورده و هیچ دشمنی نمی‌تواند اراده آهنین ما را برای پاسداری از آن متزلزل کند.

ما، به‌عنوان مجموعه‌ای که با مجوز آموزش از مرکز آموزش بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت، در راستای ترویج و آموزش صادرات فعالیت می‌کنیم، متعهد می‌شویم که در این برهه حساس، با همت مضاعف، زنجیره تولید و صادرات را استوارتر سازیم. همکاری‌هایمان با هدف تقویت اقتصاد ملی و گسترش بازارهای جهانی، نه‌تنها متوقف نخواهد شد، بلکه با شجاعت و قدرت بیشتری ادامه خواهد یافت. این تجاوز، روحیه ما را برای ساختن آینده‌ای پرافتخار و خودکفا بیش از پیش تقویت کرده است. از همه شما، دلاوران عرصه تجارت و صادرات، دعوت می‌کنیم با اتحاد و بصیرت در کنار هم بمانیم. هر یک از ما، با هر نقش و جایگاهی، چون نوری در این شب سنگین هستیم. با عشق به ایران و با تکیه بر دانش و توان صادراتی، به جهانیان نشان خواهیم داد که ایران، همیشه و همیشه، سربلند و استوار خواهد ایستاد.

روابط عمومی مجمع صادرکنندگان ایران اکسپورتر
(وابسته به شرکت اتحاد بین‌المللی تجارت ساینا سهامی خاص)
ایران سرای من است، سربلندی تو آرزوی من است



آماده‌سازی برای فرصت‌های جدید: آیا کسب‌وکارهای ایرانی برای رفع تحریم‌ها و توافق با آمریکا آماده‌اند؟

ژوئن ۲۰۲۵

امروز، ۲۵ ژوئن ۲۰۲۵، که این مقاله را برای ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌نویسم، جهان شاهد تحولات مهمی در روابط ایران و ایالات متحده است. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا، در کنفرانس مطبوعاتی پس از اجلاس ناتو در هلند اعلام کرد: «ایران به‌تازگی جنگیده و شجاعانه جنگیده است. فشار حداکثری ادامه دارد، اما نمی‌خواهم صادرات نفت ایران را متوقف کنم.» او افزود: «می‌توانستیم نفت ایران را بگیریم، اما این کار را نمی‌کنیم. کشورشان برای بازسازی به‌شدت به پول نیاز دارد، و ما می‌خواهیم این اتفاق بیفتد.»

سناریوها: رفع تحریم‌ها و گشایش اقتصادی

رفع تحریم‌ها، چه به‌صورت کامل یا جزئی، می‌تواند درهای جدیدی به روی اقتصاد ایران بگشاید. بیایید چند سناریوی محتمل را بررسی کنیم:

۱. رفع کامل تحریم‌های نفتی و بانکی با آزادسازی دارایی‌های بلوکه‌شده ایران (که برخی منابع آن را بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار تخمین می‌زنند)، افزایش صادرات نفت و بازگشت شرکت‌های خارجی به بازار ایران، اقتصاد کشور می‌تواند شاهد رونق سریع باشد. این سناریو به معنای دسترسی به سیستم‌های بانکی بین‌المللی (مانند SWIFT)، کاهش قیمت ارز و افزایش سرمایه‌گذاری خارجی در بخش‌های پتروشیمی، خودروسازی و انرژی است.

همزمان، اخبار از ادامه یا ازسرگیری مذاکرات ایران و آمریکا حکایت دارد. این تحولات، چه به نتیجه‌ای قطعی منجر شوند یا نه، یک پیام روشن دارند: احتمال رفع تحریم‌ها و گشایش اقتصادی در ایران بیش از هر زمان دیگری در سال‌های اخیر واقعی به نظر می‌رسد. اما سؤال از شما، کارآفرینان، تجار و فعالان اقتصادی ایرانی، این است: آیا ما آماده‌ایم؟ آیا کسب‌وکارهایمان برای بهره‌برداری از این فرصت تاریخی مجهزند؟ ما سیاستمدار نیستیم و نمی‌توانیم آینده را پیش‌بینی کنیم، اما می‌توانیم خود را برای بهترین سناریو آماده کنیم. در این مقاله، سناریوهای ممکن را بررسی می‌کنیم، چالش‌های پیش‌رو را تحلیل کرده و راهکارهایی برای آماده‌سازی کسب‌وکارهای ایرانی پیشنهاد می‌دهیم.



۲. رفع جزئی تحریم‌ها

در این سناریو، برخی تحریم‌های کلیدی (مانند تحریم‌های نفتی یا بانکی) به صورت مرحله‌ای برداشته می‌شوند، اما محدودیت‌هایی در بخش‌های دیگر (مانند فناوری یا نظامی) باقی می‌مانند. این وضعیت می‌تواند به افزایش تدریجی صادرات و بهبود روابط تجاری منجر شود، اما نیازمند مدیریت دقیق برای بهره‌برداری بهینه است.

۳. ادامه مذاکرات بدون رفع فوری تحریم‌ها

حتی اگر مذاکرات به نتیجه فوری نرسد، سیگنال‌های مثبت از گفت‌وگوها می‌تواند اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش دهد و زمینه را برای همکاری‌های تجاری محدود با شرکت‌های چینی، اروپایی یا حتی کانادایی فراهم کند. این سناریو نیازمند آمادگی برای رقابت در بازارهایی است که به تدریج باز می‌شوند.

هر یک از این سناریوها، فرصت‌ها و چالش‌های خاص خود را دارد. اما پرسش اصلی این است: آیا کسب‌وکارهای ایرانی برای این تحولات آماده‌اند؟

چالش‌های پیش‌روی کسب‌وکارهای ایرانی

تحریم‌های طولانی‌مدت، اقتصاد ایران را به سمت خودکفایی و تاب‌آوری سوق داده، اما این خودکفایی گاهی به معنای انزوای نسبی از بازارهای جهانی بوده است. در زیر، به برخی چالش‌های کلیدی که کسب‌وکارهای ایرانی در صورت رفع تحریم‌ها با آن مواجه خواهند شد، اشاره می‌کنیم:

۱. عدم تطابق با استانداردهای بین‌المللی

بسیاری از شرکت‌های ایرانی، به‌ویژه در بخش‌های تولیدی و خدماتی، با استانداردهای جهانی (مانند ISO یا استانداردهای زیست‌محیطی) هم‌خوانی ندارند. این موضوع می‌تواند مانع ورود آن‌ها به بازارهای بین‌المللی یا همکاری با شرکت‌های خارجی شود.

۲. زیرساخت‌های ضعیف فناوری و بانکی

سیستم‌های بانکی ایران، به دلیل سال‌ها انزوا، با فناوری‌های نوین جهانی (مانند بلاک‌چین یا سیستم‌های پرداخت دیجیتال) هماهنگ نیستند. همچنین،



آماده‌سازی برای فرصت‌های جدید: آیا کسب‌وکارهای ایرانی برای رفع تحریم‌ها و توافق با آمریکا آماده‌اند؟



زیرساخت‌های لجستیکی، مانند حمل‌ونقل و بنادر، نیاز به بازسازی و ارتقا دارند تا بتوانند حجم تجارت بین‌المللی را پشتیبانی کنند.

۳. کمبود نیروی کار متخصص

اگرچه ایران از نیروی انسانی تحصیل‌کرده برخوردار است، اما بسیاری از متخصصان یا مهاجرت کرده‌اند یا تجربه کافی در بازارهای رقابتی جهانی ندارند. این موضوع در صنایعی مانند فناوری اطلاعات، خودروسازی و انرژی چالش‌برانگیز خواهد بود.

۴. رقابت با شرکت‌های خارجی

ورود شرکت‌های بین‌المللی به ایران، از خودروسازان کانادایی مانند مگنا اینترنشنال گرفته تا غول‌های فناوری، می‌تواند رقابت سختی برای کسب‌وکارهای داخلی ایجاد کند. بسیاری از شرکت‌های ایرانی ممکن است در برابر کیفیت، قیمت یا نوآوری این رقبا آسیب‌پذیر باشند.

۵. عدم آمادگی فرهنگی و سازمانی

فرهنگ سازمانی در بسیاری از شرکت‌های ایرانی، به‌ویژه در بخش‌های دولتی یا نیمه‌دولتی، با سرعت و چابکی موردنیاز

برای رقابت جهانی سازگار نیست. این موضوع می‌تواند فرآیندهای تصمیم‌گیری، بازاریابی و همکاری‌های بین‌المللی را کند کند.

آیا آماده‌اید؟ خودارزیابی برای تجار و کارآفرینان

برای اینکه ببینید کسب‌وکار شما تا چه حد برای این فرصت بزرگ آماده است، این سؤالات را از خود بپرسید:

محصولات و خدمات شما: آیا محصولات شما با استانداردهای جهانی (کیفیت، بسته‌بندی، پایداری) همخوانی دارند؟ آیا می‌توانید با برندهای بین‌المللی رقابت کنید؟

زنجیره تأمین: آیا زنجیره

تأمین شما انعطاف‌پذیر و آماده پاسخگویی به تقاضای بین‌المللی است؟ آیا به تأمین‌کنندگان خارجی دسترسی دارید؟





فناوری و زیرساخت: آیا از فناوری‌های روز (مانند نرم‌افزارهای ERP، CRM یا پلتفرم‌های تجارت الکترونیک) استفاده می‌کنید؟ آیا سیستم‌های مالی شما با استانداردهای بین‌المللی سازگارند؟

نیروی انسانی: آیا تیم شما مهارت‌های لازم برای همکاری با شرکای خارجی (مانند تسلط به زبان انگلیسی، دانش مذاکره بین‌المللی یا آشنایی با قراردادهای تجاری) را دارد؟

استراتژی بازار: آیا برنامه‌ای برای ورود به بازارهای جدید یا جذب سرمایه‌گذاری خارجی دارید؟ آیا برند شما برای مشتریان جهانی جذاب است؟ اگر پاسخ شما به هر یک از این سؤالات «خیر» یا «نامطمئن» است، زمان آن رسیده که برای آماده‌سازی اقدام کنید. راهکارها: چگونه خود را آماده کنیم؟ برای بهره‌برداری از فرصت‌های رفع تحریم‌ها، کسب‌وکارهای ایرانی باید رویکردی استراتژیک و آینده‌نگر اتخاذ کنند.

در ادامه، راهکارهایی عملی برای آمادگی ارائه می‌دهیم:

۱. ارتقای استانداردها و کیفیت

■ گواهینامه‌های بین‌المللی: برای محصولات و خدمات خود گواهینامه‌های جهانی مانند ISO ۹۰۰۱ (مدیریت کیفیت)، ISO ۱۴۰۰۱ (مدیریت زیست‌محیطی) یا استانداردهای خاص صنعت (مانند IATF ۱۶۹۴۹ برای خودروسازی) دریافت کنید.

■ بهبود طراحی و بسته‌بندی: با همکاری طراحان بین‌المللی یا شرکت‌های مشاوره، محصولات خود را برای بازارهای جهانی جذاب‌تر کنید. به‌عنوان مثال، خودروسازان ایرانی می‌توانند از تجربه شرکت‌های کانادایی مانند مگنا در طراحی خودروهای برقی بهره ببرند.





■ **جذب استعدادهای مهاجر:** از ایرانیان متخصص مقیم کانادا یا سایر کشورها دعوت کنید تا به‌عنوان مشاور یا مدیر به کسب‌وکار شما بپیوندند. این افراد می‌توانند دانش و تجربه جهانی را به شرکت شما منتقل کنند.

■ **۴. تقویت برند و بازاریابی**
■ **برندسازی جهانی:** با کمک آژانس‌های بازاریابی بین‌المللی، برند خود را برای مشتریان خارجی جذاب کنید. به‌عنوان مثال، محصولات کشاورزی یا صنایع‌دستی ایرانی می‌توانند با برندسازی مناسب در بازارهای کانادا جایگاه ویژه‌ای پیدا کنند.

■ **حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی:** در نمایشگاه‌های تجاری، مانند نمایشگاه خودرو تورنتو یا نمایشگاه فناوری CES، شرکت کنید تا محصولات خود را به جهان معرفی کنید.

■ **۵. همکاری‌های بین‌المللی**
■ **مشارکت با شرکت‌های کانادایی:** با شرکت‌هایی مانند مگنا اینترنشنال، Lion Electric یا New Flyer برای تولید مشترک خودروهای برقی یا اتوبوس‌های

۲. **سرمایه‌گذاری در فناوری و زیرساخت**
■ **دیجیتالی‌سازی:** از پلتفرم‌های تجارت الکترونیک و نرم‌افزارهای مدیریت کسب‌وکار استفاده کنید. برای مثال، پیاده‌سازی سیستم‌های ERP می‌تواند فرآیندهای تولید و توزیع را بهینه کند.

■ **ارتقای سیستم‌های بانکی:** با بانک‌های بین‌المللی (مانند بانک‌های کانادایی یا اروپایی) همکاری کنید تا سیستم‌های پرداخت و نقل‌وانتقال مالی شما با SWIFT و سایر پلتفرم‌های جهانی هماهنگ شود.

■ **لجستیک پیشرفته:** با شرکت‌های لجستیکی بین‌المللی، مانند شرکت‌های کانادایی فعال در بنادر ونکوور و مونترال، برای بهبود زنجیره تأمین و صادرات همکاری کنید.

۳. **توسعه نیروی انسانی**
■ **آموزش مهارت‌های جهانی:** برنامه‌های آموزشی برای کارکنان خود در زمینه‌هایی مانند مذاکره بین‌المللی، مدیریت پروژه و بازاریابی دیجیتال برگزار کنید. همکاری با مؤسسات آموزشی کانادا، مانند دانشگاه تورنتو یا UBC، می‌تواند در این زمینه مفید باشد.



پاک مذاکره کنید. این همکاری‌ها می‌توانند فناوری و سرمایه را به ایران بیاورند.

■ **جذب سرمایه‌گذاری خارجی:** با تهیه طرح‌های تجاری جذاب و ارائه آن‌ها به سرمایه‌گذاران کانادایی، اروپایی یا چینی، منابع مالی لازم برای گسترش کسب‌وکار خود را تأمین کنید.

۶. ایجاد چابکی سازمانی

■ **بازطراحی فرآیندها:** فرآیندهای تصمیم‌گیری و عملیاتی خود را ساده و سریع کنید تا بتوانید به سرعت به تغییرات بازار پاسخ دهید.

■ **فرهنگ نوآوری:** محیطی ایجاد کنید که کارکنان را به خلاقیت و نوآوری تشویق کند. این موضوع به‌ویژه در رقابت با شرکت‌های خارجی حیاتی است.

■ نقش انجمن بازرگانی ایران و کانادا

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، متعهد هستیم که کسب‌وکارهای ایرانی را برای این فرصت تاریخی آماده کنیم. برنامه‌های ما شامل موارد زیر است:

■ **استانداردهای بین‌المللی، بازاریابی جهانی و فناوری‌های نوین.**

■ **ایجاد پلتفرم‌های تجاری:** راه‌اندازی پلتفرم‌های دیجیتال برای اتصال کسب‌وکارهای ایرانی به شرکای کانادایی.

■ **تسهیل سرمایه‌گذاری:** معرفی سرمایه‌گذاران کانادایی به پروژه‌های ایرانی در بخش‌های خودروسازی، انرژی و فناوری.

■ **دیپلماسی اقتصادی:** همکاری با دولت کانادا و اتاق‌های بازرگانی برای کاهش موانع تجاری و ایجاد توافق‌نامه‌های دوجانبه.

■ نتیجه‌گیری: زمان عمل است

رفع تحریم‌ها و توافق احتمالی با آمریکا، نه تنها یک فرصت اقتصادی، بلکه یک لحظه تاریخی برای ایران است. اما این فرصت، تنها برای کسانی به ثمر می‌نشیند که آماده باشند. ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا معتقدیم که با تلاش، برنامه‌ریزی و همکاری، می‌توانیم اقتصاد ایران را به یکی از پویاترین اقتصادهای منطقه تبدیل کنیم.

از شما، کارآفرینان و تجار ایرانی، دعوت می‌کنم که این سؤال را از خود بپرسید: «آیا من آماده‌ام؟» اگر پاسخ شما خیر است، امروز زمان شروع است. بیایید با هم، برای بازسازی و شکوفایی ایران، گامی بزرگ برداریم. همان‌طور که رئیس‌جمهور آمریکا گفت، ایران برای بازسازی به پول نیاز دارد. اما ما می‌گوییم: ایران برای بازسازی به اراده، نوآوری و آمادگی شما نیاز دارد. با احترام،

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



Veendel Accounting
PRECISION IN TAX, EXCELLENCE IN ACCOUNTING

*Veendel
Accounting*



گروه حسابداری **Veendel**

با بیش از یازده سال تجربه در خدمت
مشاغل کوچک و متوسط کانادا

خدمات ما شامل:

ثبت و مدیریت مالیات شرکتی

آماده سازی مدارک مالیاتی جهت

دریافت وام های تجاری

تهیه صورت های مالی برای بانک ها و

سرمایه گذاران

حسابرسی معاملات روزانه

ثبت الکترونیکی مالیات فروش

مدیریت حقوق و دستمزد کارمندان

با مدیریت ناهید نصیری

با Veendel
دقیق و حرفه ای
باشید!

تلفن تماس از سراسر کانادا:

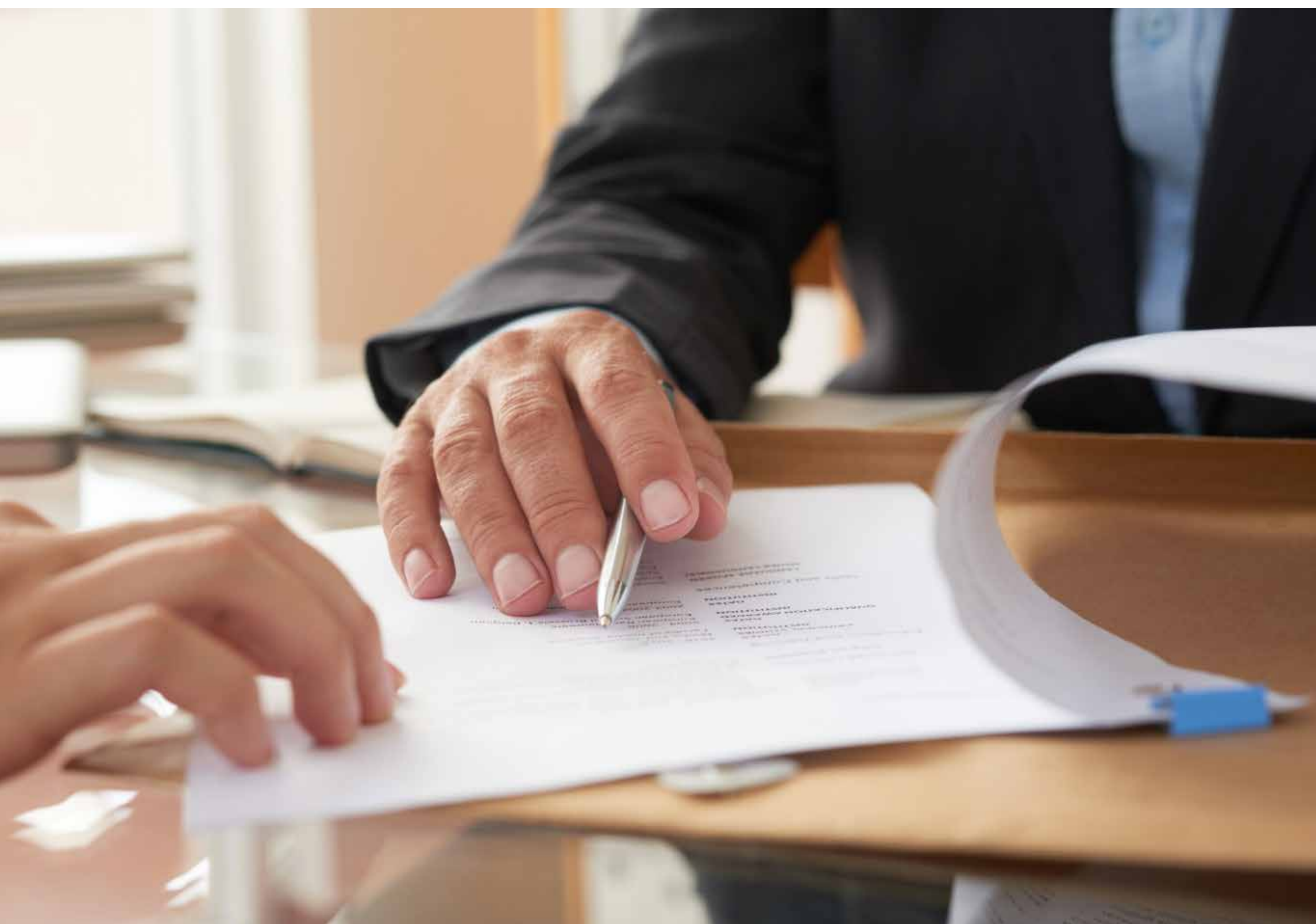
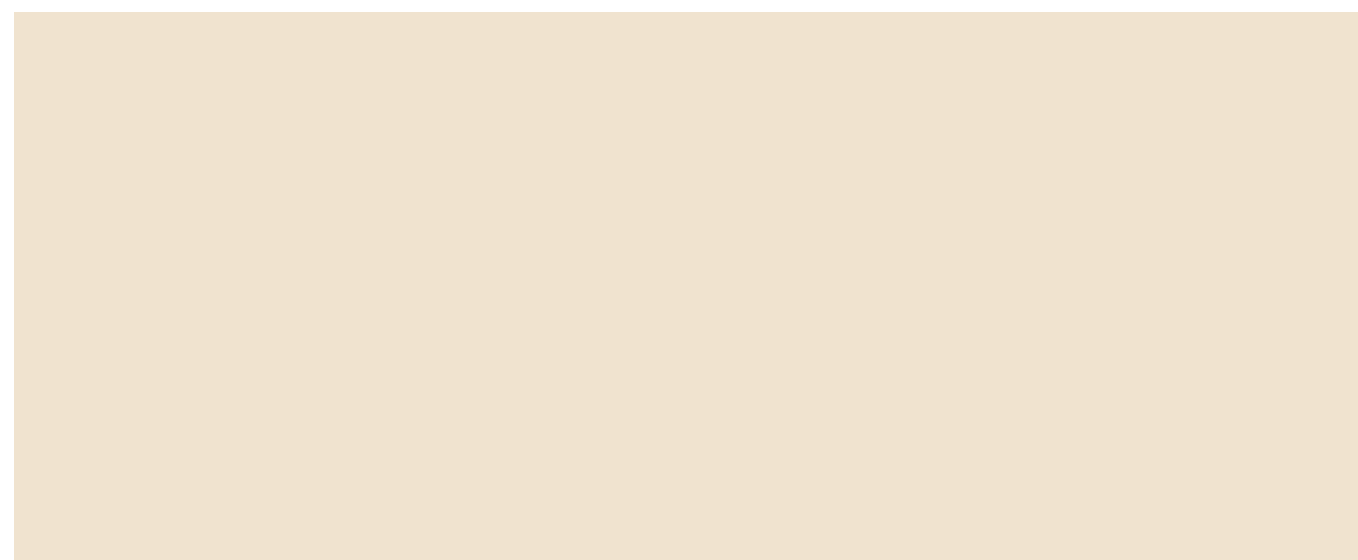
 **18884848449**

 **www.veendel.ca**



وضعیت فورس مازور در قراردادهای بین‌المللی و قراردادهایی که یکی از طرفین آن در ایران است...

از روز پنج‌شنبه ۲۲ خرداد ۱۴۰۴ برابر
با ۱۲ ژوئن ۲۰۲۵، اتفاقات باورنکردنی
و ناراحت‌کننده‌ای رخ داده و دشمن
متخاصم و جنایتکار اسرائیل به
سرزمین ما ایران تجاوز کرده است.



در تجارت بین‌المللی، قراردادهای اساس همکاری‌های تجاری هستند. با این حال، وقایع غیرمنتظره مانند جنگ، بلایای طبیعی یا تحریم‌ها می‌توانند اجرای قراردادهای را مختل کنند. مفهوم فورس ماژور (قوه قاهره) به عنوان یک اصل حقوقی، طرفین قرارداد را در برابر چنین وقایعی از مسئولیت معاف می‌کند. این مقاله، وضعیت فورس ماژور در قراردادهای بین‌المللی با تمرکز بر قراردادهایی که یکی از طرفین آن در ایران است را بررسی می‌کند. با توجه به تحولات اخیر از روز پنجشنبه ۲۲ خرداد ۱۴۰۴ برابر با ۱۲ ژوئن ۲۰۲۵، که طی آن تجاوز نظامی غیرمنتظره‌ای به ایران توسط دشمن اسرائیلی رخ داده است، این موضوع برای فعالان تجاری ایران و کانادا اهمیت ویژه‌ای دارد.



فورس ماژور چیست؟

فورس ماژور به وقایع غیرقابل پیش‌بینی، غیرقابل اجتناب و خارج از کنترل طرفین اشاره دارد که اجرای تعهدات قراردادی را غیرممکن می‌سازد. در حقوق ایران، این مفهوم تحت عنوان قوه قاهره در مواد ۲۲۷ و ۲۲۹ قانون مدنی تعریف شده است. طبق این مواد، اگر طرف قرارداد به دلیل وقایع خارجی که خارج از کنترل اوست نتواند تعهدات خود را اجرا کند، از مسئولیت معاف می‌شود، مشروط بر اینکه بتواند تأثیر این واقعه را اثبات کند.

در قراردادهای بین‌المللی، بندهای فورس ماژور معمولاً وقایعی مانند جنگ، زلزله، شرایط آشوب داخلی یا اعتصاب را مشخص می‌کنند و پیامدهایی مانند تعلیق یا فسخ قرارداد را تعیین می‌کنند.

شرایط لازم برای فورس ماژور

- برای اینکه واقعه‌ای به عنوان فورس ماژور شناخته شود، باید:
۱. غیرقابل پیش‌بینی باشد: در زمان انعقاد قرارداد قابل پیش‌بینی نباشد.
 ۲. خارجی باشد: خارج از کنترل طرفین و بدون دخالت آن‌ها رخ دهد.
 ۳. غیرقابل اجتناب باشد: اجرای قرارداد را غیرممکن یا بسیار دشوار کند.
 ۴. بدون تقصیر باشد: ناشی از خطای طرف مدعی فورس ماژور نباشد.

به‌عنوان ریسک تجاری در نظر گرفته شده و مشمول فورس ماژور نمی‌شوند، مگر اینکه صراحتاً ذکر شوند.

■ آثار فورس ماژور

در صورت احراز فورس ماژور، پیامدهای زیر ممکن است اعمال شود:

■ **تعلیق قرارداد:** تعهدات تا رفع مانع به حالت تعلیق درمی‌آیند. در بسیاری از موارد، قرارداد می‌تواند به‌صورت موقت متوقف شود و پس از رفع شرایط فورس ماژور ادامه یابد.

■ **فسخ قرارداد:** اگر واقعه اجرای قرارداد را برای همیشه غیرممکن کند، قرارداد فسخ می‌شود.

■ **معافیت از مسئولیت:** طرف مدعی از جبران خسارت معاف می‌شود.

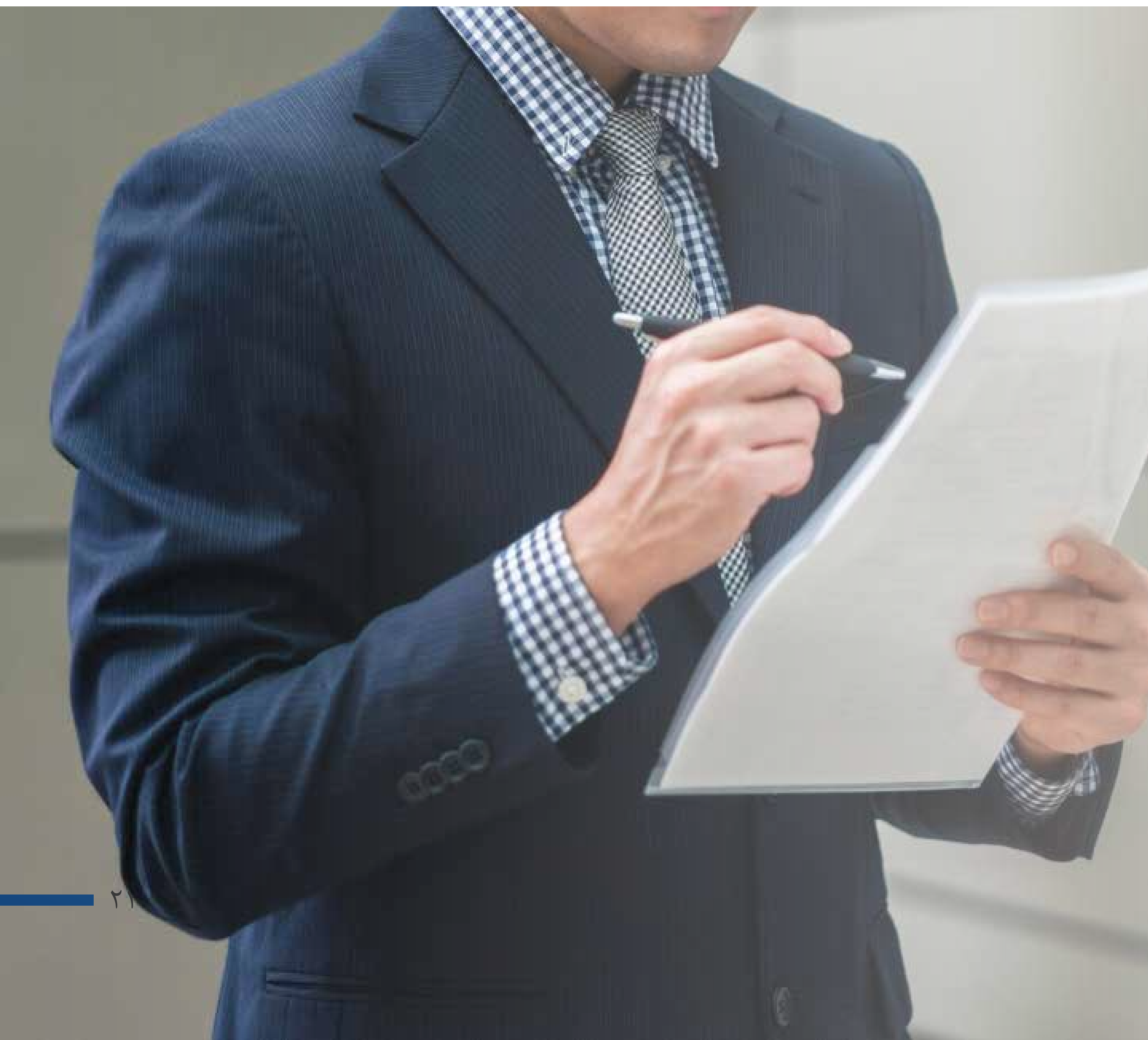
در قراردادهای دوطرفه، اگر یک طرف به دلیل فورس ماژور نتواند تعهدات خود را اجرا کند، طرف دیگر نیز ممکن است از انجام تعهدات خود معاف شود.

در شرایط کنونی (خرداد ۱۴۰۴)، به‌عنوان مثال، تمامی پروازها لغو شده و وضعیت اینترنت به‌شدت مختل است، به‌گونه‌ای که امکان انجام کار وجود ندارد. همزمان، صدای پدافند شبانه امنیت روانی را برای استراحت و آغاز کار در روز بعد از بین برده است. ایران به‌طور ناخواسته وارد جنگی شده که این شرایط می‌تواند به‌عنوان فورس ماژور تلقی شود.

■ فورس ماژور در قراردادهای

بین‌المللی

در قراردادهای بین‌المللی، بند فورس ماژور بر اساس مذاکرات طرفین، قانون حاکم و نوع صنعت تنظیم می‌شود. وقایعی مانند بلایای طبیعی، جنگ یا ناآرامی‌های مدنی معمولاً در این بندها ذکر می‌شوند، اما مشکلات اقتصادی مانند نوسانات ارزی معمولاً





فورس ماژور تلقی شوند، زیرا این وقایع:

■ غیرقابل‌پیش‌بینی بودند (در زمان انعقاد قرارداد).

■ خارج از کنترل طرف ایرانی هستند.

■ اجرای تعهدات (مانند ارسال کالا یا ارائه خدمات) را غیرممکن کرده‌اند.

چالش‌ها

۱. اختلالات اخیر: تجاوز نظامی می‌تواند به‌عنوان فورس ماژور تلقی شود، اگر مستقیماً اجرای قرارداد را مختل کند (مانند تخریب زیرساخت‌ها یا توقف حمل‌ونقل).

۲. بندهای قراردادی: فقدان بندهای دقیق فورس ماژور می‌تواند به اختلاف منجر شود. قراردادها باید وقایع محتمل در ایران را به‌صراحت ذکر کنند.

۳. اطلاع‌رسانی: طرف ایرانی باید سریعاً طرف مقابل را از وقوع فورس ماژور مطلع کرده و شواهد ارائه دهد.

قانون حاکم

تفسیر فورس ماژور به قانون حاکم بر قرارداد بستگی دارد. در نظام حقوقی کامن‌لا (مانند کانادا)، فورس ماژور معمولاً نیازمند بند صریح در قرارداد است. در نظام حقوقی مدنی ایران، این اصل در قانون مدنی پیش‌بینی شده است. در قراردادهای بین‌المللی، گاهی از قوانین بی‌طرف (مانند حقوق انگلستان) یا کنوانسیون بیع بین‌المللی کالا (CISG) استفاده می‌شود که در ماده ۷۹ آن، معافیت از مسئولیت در صورت موانع غیرقابل‌کنترل پیش‌بینی شده است.

فورس ماژور در قراردادهای با طرف ایرانی

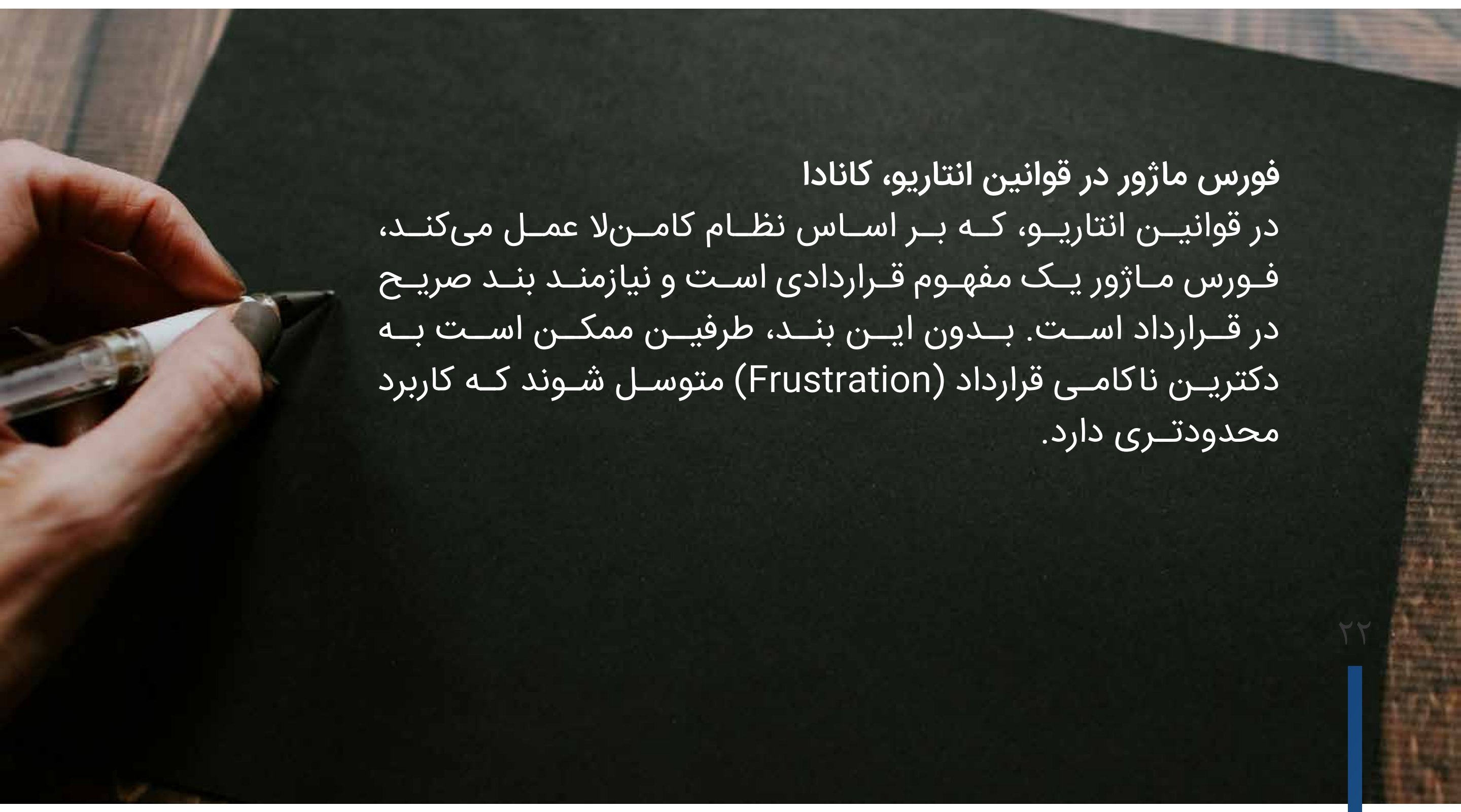
با توجه به شرایط خاص ایران، از جمله تجاوز نظامی اسرائیل به این کشور که در ۲۲ خرداد ۱۴۰۴ رخ داد، قراردادهای با طرف ایرانی چالش‌های ویژه‌ای دارند.

چارچوب حقوقی در ایران

در حقوق ایران، مواد ۲۲۷ و ۲۲۹ قانون مدنی، قوه قاهره را به‌عنوان معافیت از مسئولیت به رسمیت می‌شناسند. طرف مدعی باید اثبات کند که واقعه غیرقابل‌پیش‌بینی، خارجی و مانع اجرای قرارداد بوده است.

تأثیر شرایط کنونی

تجاوز نظامی به ایران، لغو پروازها، اختلال شدید اینترنت و نبود امنیت روانی به دلیل پدافند شبانه، همگی می‌توانند به‌عنوان



فورس ماژور در قوانین انتاریو، کانادا

در قوانین انتاریو، که بر اساس نظام کامن‌لا عمل می‌کند، فورس ماژور یک مفهوم قراردادی است و نیازمند بند صریح در قرارداد است. بدون این بند، طرفین ممکن است به دکترین ناکامی قرارداد (Frustration) متوسل شوند که کاربرد محدودتری دارد.

وقایع معمول در بندهای فورس ماژور

در قراردادهای تجاری در انتاریو، بندهای فورس ماژور معمولاً شامل موارد زیر هستند:

- بلایای طبیعی (زلزله، سیل، طوفان)
- جنگ، تروریسم یا ناآرامی‌های مدنی
- اعتصابات یا اختلافات کارگری
- اقدامات دولتی (مانند ممنوعیت‌های صادراتی یا قرنطینه)
- بیماری‌های همه‌گیر (مانند کووید-۱۹، که در قراردادهای پس از ۲۰۲۰ به‌طور خاص ذکر می‌شود)

فورس ماژور ابزار حقوقی مهمی برای مدیریت ریسک در قراردادهای بین‌المللی

است، به‌ویژه در شرایط پیچیده ایران در خرداد ۱۴۰۴. با توجه به تجاوز نظامی اخیر، لغو پروازها و اختلالات گسترده، طرف‌های ایرانی ممکن است بتوانند به فورس ماژور استناد کنند. کسب‌وکارهای ایرانی و کانادایی باید با تدوین بندهای دقیق، انتخاب قانون مناسب و آمادگی برای تحولات غیرمنتظره، همکاری‌های خود را حفظ کنند. انجمن بازرگانی ایران و کانادا به اعضا توصیه می‌کند قراردادهای خود را بازنگری کرده و در صورت نیاز با انجمن جهت تدوین قرارداد خود و کاهش ریسک‌ها همکاری کنند.

ورک پرمیت به پی آر تنها یک اتفاق نیست بلکه حاصل یک پرایند دراز مدت خواهد بود...

انجمن آمادگی کامل خود را در حوزه راه اندازی، استارت آپ و دیگر راه حل های موجود برای کمک به شما در جهت تبدیل وضعیت اقامتی خود را دارد، مسئولیت تبدیل ورک پرمیت به پی آر شما با ماست.

برای دریافت این سرویس، لطفاً با ایمیل contact@canirn.com تماس بگیرید.

STARTUP PLAN



فراهم سازی بستر املاک توسط انجمن بازرگانی ایران و کانادا



توجه: مسئولیت نهایی هرگونه معامله بر عهده مالک است. نقش انجمن، صرفاً تسهیل و هماهنگی برای معرفی و نمایش ملک شما خواهد بود.

با توجه به درخواست‌های مکرر عزیزانی که در کانادا سکونت دارند و همزمان در ایران املاکی برای فروش دارند، انجمن تصمیم گرفته است بستری مطمئن و حرفه‌ای برای تسهیل این فرایند فراهم آورد.

اگر شما نیز ملکی در ایران دارید و به دلیل بعد مسافت یا محدودیت‌های زمانی، امکان مدیریت مستقیم فروش آن را ندارید، انجمن در کنار شماست. با بهره‌گیری از تیم حقوقی مجرب در ایران و همکاری با متخصصان محلی، تلاش می‌کنیم روند فروش را برای شما آسان‌تر کنیم.

در صورت تمایل، مشخصات کامل ملک خود را به دفتر تهران انجمن ارسال فرمایید. با ما همراه باشید تا تجربه‌ای مطمئن و شفاف در فروش املاک خود داشته باشید.

ارتباط با ما: contact@canirn.com

چطور برندینگ مثل یک ابر قهرمان عمل می‌کنه؟

بیایه لحظه تصور کن برندت یه ابرقهرمانه که قراره تو بازار شلوغ و پرهیاهو بدرخشه! برندینگ فقط لوگو و رنگ‌های جذاب نیست؛ یه داستان عمیقه که قلب و ذهن مشتری‌ها رو به خودش جذب می‌کنه. نکته جالب و آموزنده اینه که برندهای موفق، احساسات آدم‌ها رو هدف قرار می‌دن، نه فقط جیبشون!

داشته باشه. اگه بتمن یه روز با لباس صورتی بیاد، کسی جدیش می‌گیره؟
۳. ارتباط عاطفی بساز: مشتری‌ها باید حس کنن برندت بهشون اهمیت می‌ده. مثلاً یه پیام تشکر شخصی بعد از خرید یا یه پست اینستاگرامی که به مشکلات روزمره‌شون بپردازه، معجزه می‌کنه.

فان فکت:

تحقیقات نشون می‌ده ۶۴٪ مشتری‌ها به برندهایی وفادارن که حس می‌کنن ارزش‌ها و احساسات مشترکی باهاشون دارن (طبق گزارش Edelman در ۲۰۲۳). پس برندت رو طوری بساز که انگار داره با مشتری دست می‌ده و می‌گه: «هی، من می‌فهممت!»

مثلاً نایک (Nike) رو ببین: شعارش «Just Do It» فقط درباره کفش ورزشی نیست، بلکه درباره جرئت، انگیزه و غلبه بر ترس‌هاست.

یه نکته عملی برای برندینگ:

برای اینکه برندت مثل یه ابرقهرمان تو ذهن مشتری‌ها بمونه، این سه کار رو انجام بده:

۱. یه داستان تعریف کن: مردم عاشق داستانشون! برندت چه مشکلی از زندگی مشتری حل می‌کنه؟ چرا باید براش ارزش قائل بشن؟ مثلاً یه کافه محلی می‌تونه داستانشو حول «یه گوشه دنج برای خلق لحظات خاص» بچرخونه.

۲. ثبات داشته باش: از لوگو و رنگ‌ها گرفته تا لحن (tone of voice) تو شبکه‌های اجتماعی، همه‌چیز باید پیام واحدی

نایک با این پیام، خودشو به یه سبک زندگی تبدیل کرده، نه فقط یه محصول. یا مثلاً اپل؛ با سادگی و نوآوری، حس «من خاصم» رو به مشتری‌هاش می‌ده. این برندها چیکار می‌کنن؟ داستان‌سرایان احساسی!

داستان باحال با نماد کانادا:

حالا تصور کن یه داستان ساده از بیور (Beaver)، حیوان نماد کانادا، بسازی! بیور، این شخصیت بامزه و کانادایی، می‌تونه تو تبلیغات محصولت، مثلاً یه پروتئین بار خوشمزه که خودت تولید کردی، نقش ایفا کنه. تصور کن بیور با ذوق و شوق یه پروتئین بار رو گاز می‌زنه و با خنده می‌گه: «این انرژی، مثل سدسازی تو جنگل می‌مونه!»



می‌ده، و لوگوی شرکتت رو با غرور نشون می‌ده.

با این داستان‌ها، بیور می‌تونه یه شخصیت فان و دوست‌داشتنی بشه که مشتری‌ها رو بخندونه و به محصولت جذب کنه. حالا برو یه داستان باحال برای برندت بنویس و ببین چطور مشتری‌ها عاشقش می‌شن!

■ داستان خنده‌دار: یه روز بیور می‌خواد با پروتئین بارش سد بسازد، ولی چون زیادی خوشمزه‌ست، همه دوستاش میان و همشو می‌خورن!

■ داستان جذاب: بیور با خوردن پروتئین بار، قدرت فوق‌العاده‌ای پیدا می‌کنه و جنگل رو از یه طوفان نجات





خودروهای تولیدشده در کانادا:

نگاهی جامع به صنعت خودروسازی

کانادا و نقش آن در تجارت جهانی

دکتر محمد وحیدی‌راد،
مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا
ژوئن ۲۰۲۵

خودرو در جهان و هفتمین صادرکننده خودرو از نظر ارزش (۳۲ میلیارد دلار) بود. این صنعت نه تنها به دلیل تولید خودروهای باکیفیت، بلکه به دلیل نوآوری در فناوری‌های برقی و خودران، جایگاه ویژه‌ای در بازار جهانی دارد.

کارخانه‌های مونتاژ کانادا، متعلق به غول‌های خودروسازی مانند جنرال موتورز، فورد، کرایسلر (استلانتیس)، تویوتا و هوندا، در کنار شرکت‌های تولید قطعات مانند مگنا اینترنشنال، به تولید محصولاتی با استانداردهای بالا مشغول‌اند. این صنعت با ایجاد صدها هزار شغل مستقیم و غیرمستقیم، از جمله ۳۰۰ شغل جدید در تأسیسات جدید مگنا در سنت کِلر، میشیگان، به اقتصاد کانادا و شرکای تجاری آن رونق می‌بخشد.

برای انجمن بازرگانی ایران و کانادا، این صنعت فرصتی بی‌نظیر برای تقویت روابط تجاری است. از یک سو، ایران با بازار روبه‌رشد خودرو و نیاز به فناوری‌های پایدار می‌تواند از تخصص کانادا بهره‌مند شود. از سوی دیگر، کانادا می‌تواند از منابع طبیعی ایران و موقعیت ژئوپلیتیکی آن برای گسترش بازارهای خود استفاده کند.

کانادا، با زیرساخت‌های صنعتی پیشرفته، نیروی کار ماهر و موقعیت استراتژیک در قلب بازار آمریکای شمالی، یکی از بازیگران کلیدی صنعت خودروسازی جهانی است. اگرچه این کشور برند خودروسازی بومی برجسته‌ای ندارد، کارخانه‌های آن به‌عنوان پایگاه‌های مونتاژ برندهای بین‌المللی و مراکز تولید قطعات پیشرفته، نقشی حیاتی در زنجیره تأمین جهانی ایفا می‌کنند. از خودروهای سواری و وانت‌های پرفروش گرفته تا اتوبوس‌ها و کامیون‌های برقی پاک، کانادا ترکیبی از کیفیت، نوآوری و پایداری را به بازارهای جهانی عرضه می‌کند. این مقاله، که برای ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا تهیه شده، نگاهی جامع به صنعت خودروسازی کانادا، محصولات آن، و فرصت‌های تجاری برای تقویت روابط اقتصادی بین ایران و کانادا ارائه می‌دهد.

صنعت خودروسازی کانادا: ستون اقتصاد و تجارت

صنعت خودروسازی یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های صنعتی کانادا است که ۱۰٪ از تولید ناخالص داخلی بخش صنعت و ۲۳٪ از تجارت تولیدی این کشور را تشکیل می‌دهد. کانادا در سال ۲۰۲۰ با تولید ۱/۴ میلیون خودرو، سیزدهمین تولیدکننده بزرگ

خودروهای سواری و وانت‌های

تولیدشده در کانادا

جنرال موتورز (GM)

محل تولید: اوشاوا و اینگرسول، انتاریو

مدل‌ها:

شورلت اکوینوکس (Chevrolet)

(Equinox):

کراس‌اوور خانوادگی با طراحی مدرن، مصرف سوخت بهینه و سیستم‌های ایمنی پیشرفته. این خودرو به دلیل جادار بودن و قابلیت‌های چندمنظوره، در بازارهای کانادا و آمریکا محبوب است.

شورلت سیلورادو (Chevrolet)

(Silverado) و GMC سیرا (GMC)

(Sierra):

وانت‌های سنگین با موتورهای ۷۸ قدرتمند و ظرفیت حمل بالا. برخی نسخه‌های این خودروها در اوشاوا تولید می‌شوند و در بازار وانت‌های آمریکای شمالی جایگاه ویژه‌ای دارند.

شورلت بلیزر (Chevrolet Blazer EV)

(EV):

خودروی برقی جدید که تولید آن در کارخانه‌های GM کانادا برنامه‌ریزی شده است. این کراس‌اوور برقی با پلتفرم Ultium، برد بیش از ۴۸۰ کیلومتر

و فناوری‌های پیشرفته ارائه می‌شود.

شورلت بولت EV و EUV:

خودروهای برقی اقتصادی که تا سال ۲۰۲۳ در اوشاوا تولید می‌شدند و به دلیل قیمت مناسب و برد قابل قبول، مورد استقبال قرار گرفتند.

ویژگی‌ها: جنرال موتورز با سرمایه‌گذاری در پلتفرم Ultium، بر تولید خودروهای برقی با باتری‌های پیشرفته تمرکز دارد. این شرکت همچنین در تولید خودروهای پلیسی مانند Silverado PPV (Police Pursuit Vehicle) فعال است که برای عملیات‌های سنگین و گشت‌زنی در مناطق روستایی طراحی شده‌اند. تعهد GM به پایداری، با هدف تولید خودروهای بدون آلایندگی تا سال ۲۰۳۵، فرصت‌هایی برای همکاری با بازارهای نوظهور مانند ایران ایجاد می‌کند.



فورد F-150:

پرفروش‌ترین وانت کانادا و آمریکا، با نسخه‌های برقی مانند F-150 Lightning که در تأسیسات مگنا در کانادا پشتیبانی می‌شوند. این وانت با ظرفیت حمل بالا و فناوری‌های مدرن، انتخابی ایده‌آل برای مصارف تجاری و شخصی است.



فورد (Ford)

محل تولید: اوکویل، انتاریو

مدل‌ها:

فورد اج (Ford Edge): کراس‌اوور میان‌رده با طراحی جذاب، سیستم‌های ایمنی پیشرفته و گزینه‌های موتور توربوشارژ. این خودرو برای خانواده‌ها و سفرهای شهری مناسب است.

■ لینکلن ناتیلوس (Lincoln Nautilus):

شاسی‌بلند لوکس با کابین پیشرفته، سیستم‌های کمک‌راننده و گزینه‌های هیبریدی.

■ ویژگی‌ها: فورد با سرمایه‌گذاری

۱/۸ میلیارد دلاری، کارخانه اوکویل را به یک مرکز تولید خودروهای برقی تبدیل کرده است. نسخه F-150 Police Responder برای ناوگان‌های پلیسی طراحی شده و با سیستم AWD و موتورهای قدرتمند، در عملیات‌های سنگین و مناطق صعب‌العبور استفاده می‌شود. مگنا اینترنشنال، با سرمایه‌گذاری ۷۹۰ میلیون دلاری در سه کارخانه جدید در آمریکا، از تولید باتری‌های F-150 Lightning پشتیبانی می‌کند، که نشان‌دهنده همکاری عمیق بین کانادا و فورد است.

کرایسلر (استلانتیس)

محل تولید: ویندزور و برامپتون، انتاریو
مدل‌ها:

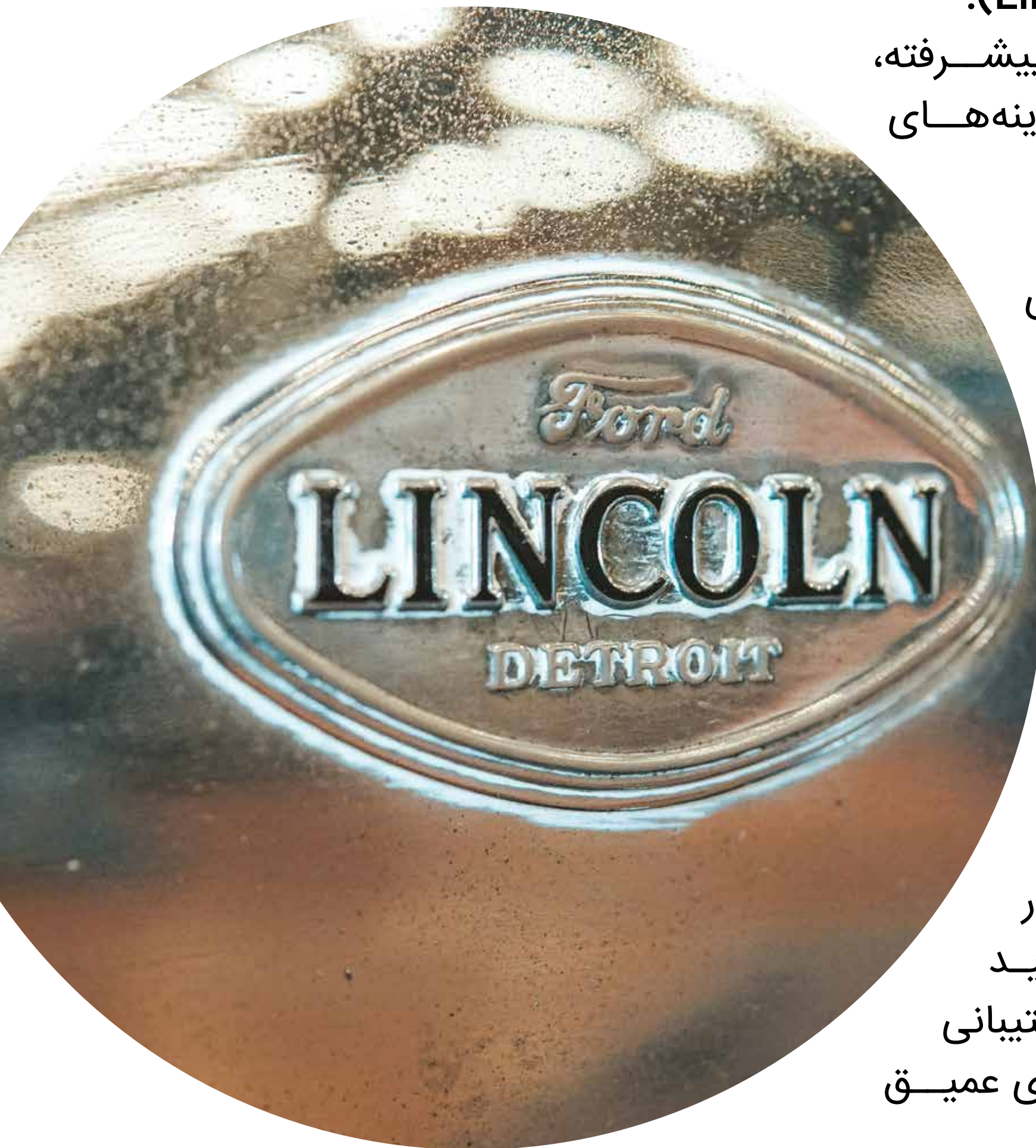
■ کرایسلر پاسیفیکا (Chrysler Pacifica):

مینیون محبوب با نسخه پلاگین-هیبرید، مناسب برای خانواده‌ها. این خودرو با برد الکتریکی ۵۱۰ کیلومتر، گزینه‌ای پایدار برای کاهش آلاینده‌هاست.

■ دوج چارجر (Dodge Charger) و دوج چلنجر (Dodge Challenger):

سدان‌ها و کوپه‌های عضلانی با موتورهای V6 یا HEMI V8، که به دلیل عملکرد بالا در بازارهای جهانی شناخته شده‌اند.

■ کرایسلر ۳۰۰ (Chrysler 300): سدان لوکس با طراحی کلاسیک و کابین جادار.



■ دوج چارجر Daytona EV: نسل جدید

خودروی برقی با توان ۶۷۰ اسب بخار، که از سال ۲۰۲۴ در ویندزور تولید می‌شود.

ویژگی‌ها: پاسیفیکا هیبرید با مصرف سوخت پایین و فضای جادار، انتخابی ایده‌آل برای خانواده‌های پرجمعیت است. Dodge Charger Pursuit یکی از پرکاربردترین خودروهای پلیس در کانادا و آمریکا است، با نسخه برقی که برای ناوگان‌های مدرن طراحی شده و با ترمزهای تقویت‌شده و سیستم AWD ارائه می‌شود. استلانتیس با تمرکز بر خودروهای برقی، به دنبال کاهش ردپای کربن خود است، که می‌تواند الگویی برای همکاری‌های تجاری با ایران باشد.



خودروهای تولیدشده در کانادا:
نگاهی جامع به صنعت خودروسازی کانادا و نقش آن در تجارت جهانی



تویوتا (Toyota)

محل تولید: کمبریج و وودستاک، انتاریو
مدل‌ها:

■ تویوتا RAV4:

پرفروش‌ترین کراس‌اوور کانادا با نسخه‌های هیبرید و پلاگین-هیبرید (RAV4 Prime). این خودرو به دلیل مصرف سوخت پایین و قابلیت اطمینان بالا، در بازارهای جهانی پرتعداد است.

■ تویوتا کرولا (Toyota Corolla):

سدان اقتصادی با طراحی مدرن، سیستم‌های ایمنی پیشرفته و دوام بالا.

■ لکسوس NX و RX:

شاسی‌بلندهای لوکس با فناوری هیبریدی و کابین‌های پیشرفته. ویژگی‌ها: تویوتا به دلیل تولید خودروهای کم‌مصرف و هیبریدی، انتخابی محبوب در بازار کانادا است. RAV4 و کرولا گاهی به‌عنوان خودروهای بدون علامت (Unmarked) در ناوگان‌های پلیسی برای گشت‌های اجتماعی استفاده می‌شوند. تویوتا با تولید بیش از ۵۰۰,۰۰۰ خودرو در سال در کانادا، یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان خودرو به بازارهای جهانی است.

هوندا (Honda)

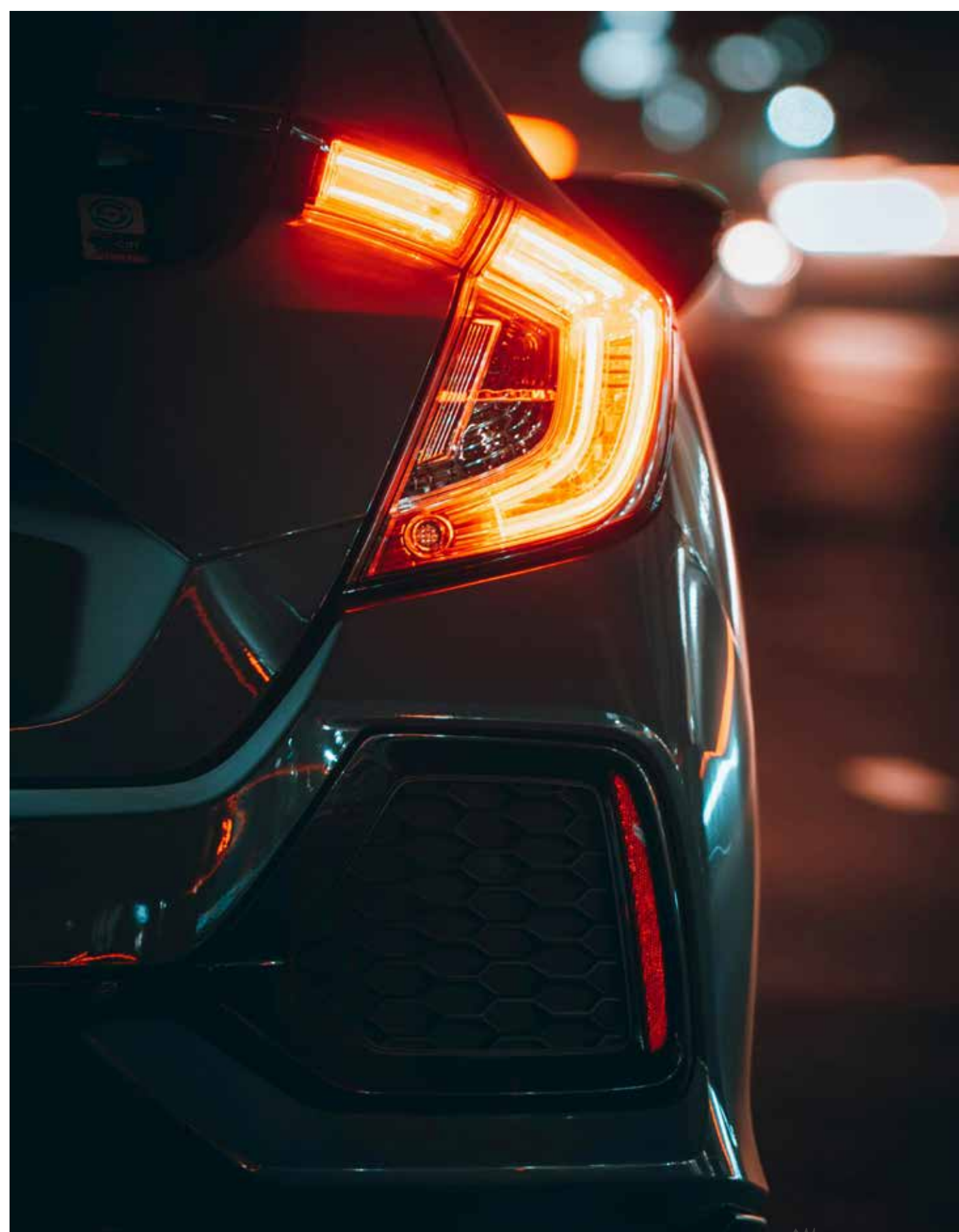
محل تولید: آلیستون، انتاریو
مدل‌ها:

■ هوندا سیویک (Honda Civic):

سدان پرتعداد با طراحی جوان‌پسند، موتورهای اقتصادی و سیستم‌های ایمنی پیشرفته.

■ هوندا CR-V:

کراس‌اوور جادار و کم‌مصرف، مناسب برای خانواده‌ها و سفرهای طولانی. ویژگی‌ها: هوندا با تمرکز بر کیفیت، قابلیت اطمینان و مصرف سوخت پایین، جایگاه ویژه‌ای در بازار کانادا دارد. سیویک و CR-V گاهی برای وظایف پلیسی غیرتعقیبی (مانند گشت‌های اجتماعی یا پشتیبانی) استفاده می‌شوند. هوندا همچنین در حال توسعه خودروهای برقی مانند Prologue EV است که می‌تواند در آینده در کانادا تولید شود.



خودروهای پلیسی تولیدشده در

کانادا

بسیاری از خودروهای تولیدشده در کانادا به دلیل عملکرد، دوام و طراحی مناسب، به عنوان خودروهای پلیس در ناوگان‌های کانادا، آمریکا و سایر کشورها استفاده می‌شوند. این خودروها با بسته‌های پلیسی (مانند Pursuit Package یا Special Service Vehicle) بهینه‌سازی شده‌اند و نقش مهمی در عملیات‌های امنیتی ایفا می‌کنند.

دوج چارجر Pursuit

محل تولید: برامپتون (تا ۲۰۲۴) و ویندزور (نسخه برقی Daytona EV)
کاربرد: محبوب‌ترین خودروی پلیس برای گشت‌زنی و تعقیب و گریز.
ویژگی‌ها: موتورهای V6 یا HEMI V8، سیستم AWD، ترمزهای تقویت‌شده و نسخه برقی ۶۷۰ اسب بخاری با شتاب صفر تا ۱۰۰ در کمتر از ۴ ثانیه.

شورلت سیلورادو PPV

محل تولید: اوشاوا، انتاریو
کاربرد: وانت پلیسی برای عملیات‌های سنگین و گشت‌زنی در مناطق روستایی.

ویژگی‌ها: موتور V8، شاسی مقاوم، ظرفیت حمل بالا و سیستم تعلیق تقویت شده.

فورد F-150 Police Responder

محل تولید: اوکویل، انتاریو
کاربرد: وانت پلیسی برای پشتیبانی و عملیات در مناطق صعب‌العبور.
ویژگی‌ها: سیستم AWD، موتورهای توربوشارژ و نسخه برقی F-150 Light-ning SSV با برد بیش از ۴۰۰ کیلومتر.
کرایسلر پاسیفیکا

محل تولید: ویندزور، انتاریو
کاربرد: برای وظایف غیرتعقیبی مانند حمل پرسنل، واحدهای K9 یا پشتیبانی لجستیکی.
ویژگی‌ها: فضای جادار، نسخه هیبریدی با برد ۵۱۰ کیلومتر و مصرف سوخت پایین.

شورلت بلیزر EV PPV

محل تولید: برنامه‌ریزی‌شده برای اوشاوا یا اینگرسول
کاربرد: خودروی برقی پلیسی برای ناوگان‌های مدرن با تمرکز بر پایداری.
ویژگی‌ها: ترمزهای برمبو، تایرهای ویژه، سیستم‌های کمک‌راننده پیشرفته و برد



خودروهای تولیدشده در کانادا:
نگاهی جامع به صنعت خودروسازی کانادا و نقش آن در تجارت جهانی

الکتریکی بیش از ۴۵۰ کیلومتر.

اتوبوس‌ها و وسایل نقلیه سنگین

برقی

کانادا یکی از پیشگامان تولید اتوبوس‌ها و کامیون‌های برقی در جهان است و شرکت‌های بومی در این حوزه با تمرکز بر پایداری و کاهش آلاینده‌گی، محصولات نوآورانه ارائه می‌دهند.

Lion Electric Co

محل تولید: سن-ژروم، کبک

محصولات:

■ اتوبوس برقی LionC: پرفروش‌ترین اتوبوس برقی مدرسه در آمریکای شمالی با برد تا ۴۰۰ کیلومتر.

■ کامیون‌های برقی Lion6 و Lion8: برای حمل‌ونقل شهری و سنگین، مناسب برای لجستیک و خدمات شهری.

■ مینی‌بوس LionA: برای حمل‌ونقل گروهی و عملیات‌های پلیسی سبک، مانند انتقال تیم‌های ویژه.

ویژگی‌ها: این وسایل نقلیه با طراحی پایدار و صفر آلاینده‌گی، در شهرهای بزرگ و ناوگان‌های عمومی و پلیسی استفاده می‌شوند. Lion Electric با دریافت سفارش‌های بین‌المللی، به یکی از رهبران بازار وسایل نقلیه برقی تبدیل شده است.

New Flyer Industries

محل تولید: وینیپگ، مانیتوبا

محصولات:

■ Xcelsior CHARGE NG: اتوبوس برقی با برد بالا و فناوری شارژ سریع.

■ اتوبوس‌های هیبریدی و دیزلی Xcelsior: برای مسیرهای شهری و بین‌شهری.

ویژگی‌ها: این اتوبوس‌ها در شهرهای بزرگ مانند تورنتو، ونکوور و مونترال استفاده می‌شوند و گاهی برای مدیریت تجمعات یا انتقال نیروها در عملیات‌های پلیسی به کار می‌روند. New Flyer با تمرکز بر کاهش آلاینده‌گی، استانداردهای جدیدی در حمل‌ونقل عمومی تعریف کرده است.

Nova Bus

محل تولید: سن-اوستاش، کبک

محصولات:

■ LFSe1+: اتوبوس برقی شهری با برد تا ۳۴۰ کیلومتر و طراحی ارگونومیک.

■ اتوبوس‌های هیبریدی و دیزلی LFS: برای مسیرهای شلوغ شهری.

ویژگی‌ها: این اتوبوس‌ها با طراحی مقاوم و فناوری‌های پیشرفته، در سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی و عملیات‌های خاص پلیسی (مانند پشتیبانی لجستیکی) کاربرد دارند.

Nova Bus با همکاری با شهرهای





بزرگ، به کاهش ردپای کربن کمک می کند.

Vicinity Motor Corp

محل تولید: آلدروو، بریتیش کلمبیا

محصولات:

■ **Vicinity Lightning EV:** مینی-بوس

برقی با برد تا ۲۴۰ کیلومتر.

■ **Vicinity Classic:** مینی-بوس دیزلی و

CNG با ظرفیت تا ۲۴ مسافر.

ویژگی‌ها: این وسایل نقلیه برای

حمل و نقل گروهی، خدمات شهری و

عملیات‌های پلیسی سبک مناسب‌اند.

Vicinity با تمرکز بر انعطاف‌پذیری و

هزینه‌های پایین، بازار روبه‌رشدی در

آمریکای شمالی دارد.

Letenda

محل تولید: کبک

محصولات:

■ **Electrip:** اتوبوس برقی ۳۰ فوتی با

طراحی مدرن و صفر آلایندگی.

ویژگی‌ها: این اتوبوس با برد مناسب

و طراحی جمع‌وجور، برای مسیرهای

شهری و حمل و نقل عمومی ایده‌آل است

همکاری دارد و در تولید قطعات پیشرفته،

از جمله باتری‌های خودروهای برقی،

سیستم‌های مدیریت حرارتی، و فناوری‌های

خودران، پیش‌تاز است.

نوآوری‌ها:

■ **سیستم‌های برقی:** مگنا با توسعه

سیستم‌های eDrive، مانند 800V eDS Duo

با توان ۷۲۶ کیلووات و گشتاور ۸,۰۰۰

نیوتن-متر، در تولید خودروهای برقی با

عملکرد بالا نقش دارد.

■ **فناوری‌های خودران:** مگنا با همکاری با

Lyft و Innoviz Technologies، کیت‌های

و پتانسیل استفاده در ناوگان‌های پلیسی

را دارد.

■ **نقش کانادا در تولید قطعات و**

فناوری‌های نوین

مگنا اینترنشنال (Magna International)

محل تولید: آرورا، انتاریو و سایر نقاط

نقش: مگنا، بزرگ‌ترین تولیدکننده قطعات

خودرو در آمریکای شمالی، با ۱۵۸,۰۰۰ کارمند

در ۳۴۲ کارخانه و ۹۱ مرکز تحقیق و توسعه

در ۲۷ کشور فعالیت می‌کند. این شرکت

با برندهایی مانند تسلا، فورد، BMW،

فولکس‌واگن، تویوتا و جنرال موتورز



خودروهای تولیدشده در کانادا:
نگاهی جامع به صنعت خودروسازی کانادا و نقش آن در تجارت جهانی



خودران و سیستم‌های لیدار برای
خودروهای خودمختار تولید می‌کند.

■ **مواد سبک‌وزن:** استفاده از مواد نوین
برای کاهش وزن خودروها، که به افزایش
کارایی و کاهش آلایندگی کمک می‌کند.

■ **تولید کامل خودرو:** مگنا با تولید بیش
از ۴ میلیون خودرو برای برندهایی مانند
مرسدس‌بنز، BMW و اینیوس، بزرگ‌ترین
تولیدکننده قراردادی خودرو در جهان
است.

■ **سرمایه‌گذاری‌ها:** مگنا با سرمایه‌گذاری
۷۹۰ میلیون دلاری در سه کارخانه جدید
در آمریکا برای تولید قطعات خودروهای
برقی فورد و ۷۰۰ میلیون دلار برای
تأسیسات باتری در انتاریو، به توسعه
صنعت خودروهای برقی کمک می‌کند.

سایر شرکت‌های تولید قطعات

■ **Dana Incorporated:**

تولید سیستم‌های انتقال قدرت و
قطعات خودروهای برقی در انتاریو.

■ **Linamar Corporation:**

تولید موتورهای الکتریکی، گیربکس‌ها
و قطعات دقیق برای خودروهای برقی و
هیبریدی.

■ **Automotive Parts Manufacturers' Association (APMA):**

این انجمن با پروژه Arrow، یک
خودروی مفهومی صفرآلاینده با قطعات

تمام‌کانادایی، نوآوری در صنعت قطعات را
ترویج می‌دهد.

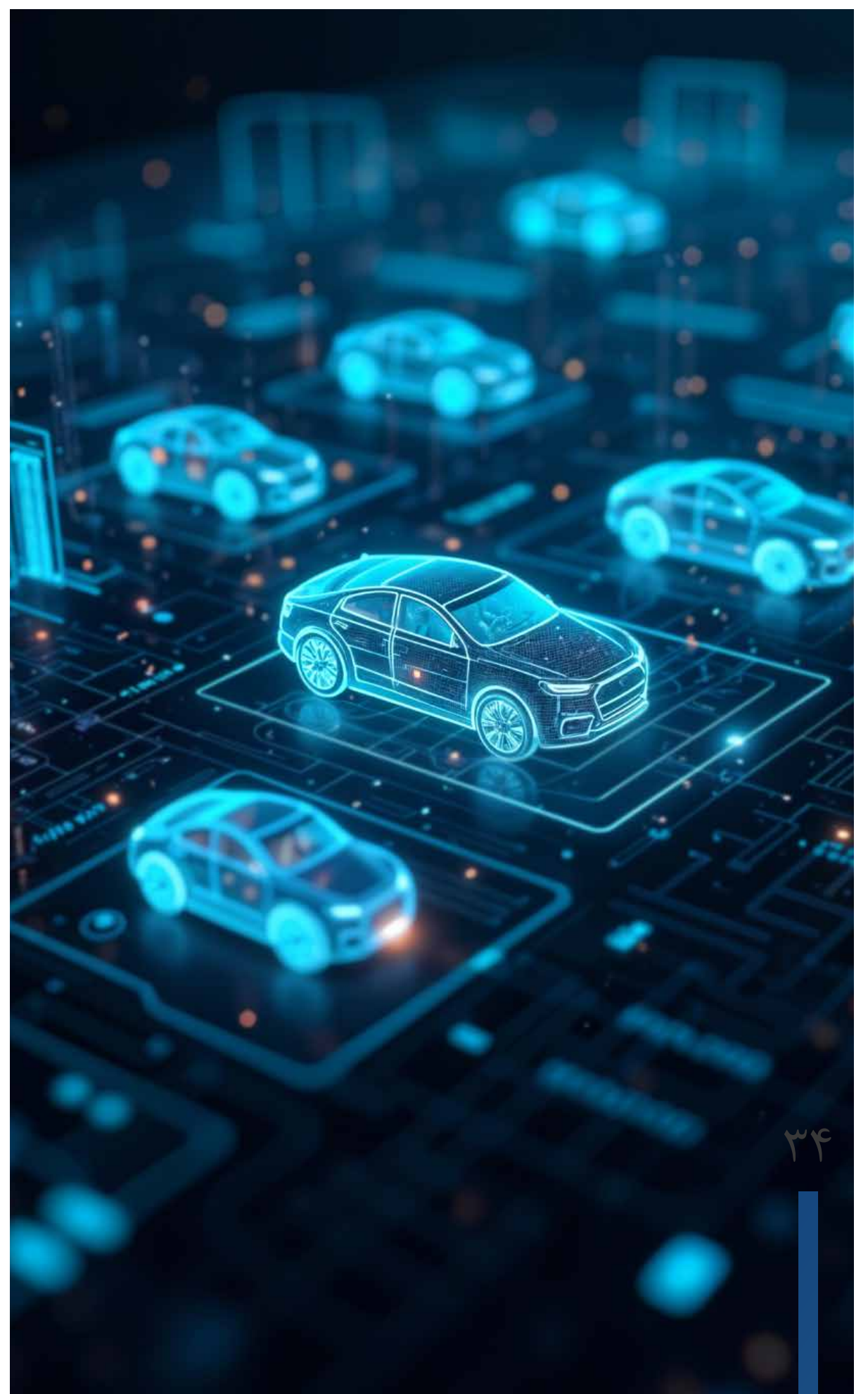
■ **نوآوری‌های کلیدی:**

■ **هوش مصنوعی و خودران:** مراکز تحقیق و
توسعه در تورنتو و مونترال در توسعه
سیستم‌های هوش مصنوعی برای خودروهای
خودران پیشرو هستند.

■ **باتری‌های پیشرفته:** کانادا با منابع لیتیوم
و نیکل، در تولید باتری‌های خودروهای برقی
سرمایه‌گذاری کرده است.

■ **سیستم‌های مدیریت حرارتی:** فناوری‌های
مگنا برای خنک‌سازی باتری‌ها و افزایش
کارایی خودروهای برقی.

صنعت خودروسازی کانادا، با تولید خودروهای
باکیفیت، وسایل نقلیه برقی و قطعات
پیشرفته، نه تنها به اقتصاد این کشور رونق
می‌بخشد، بلکه فرصتی برای تقویت روابط
تجاری با کشورهایمانند ایران فراهم
می‌کند. انجمن بازرگانی ایران و کانادا متعهد
است که با ترویج همکاری‌های اقتصادی،
پلی برای انتقال فناوری، تجارت قطعات و
سرمایه‌گذاری مشترک ایجاد کند. ما از تمام
اعضای انجمن، کارآفرینان و فعالان اقتصادی
دعوت می‌کنیم که در این مسیر با ما همراه
شوند تا آینده‌ای پایدار و پررونق برای هر دو
کشور بسازیم.



فرصتی استثنایی برای اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا

با توجه به برگزاری جام جهانی فوتبال ۲۰۲۶ به صورت مشترک در کشورهای عضو نفتا (کانادا، ایالات متحده و مکزیک)، انجمن بازرگانی ایران و کانادا در نظر دارد کارگروه تخصصی‌ای تشکیل دهد تا در نمایشگاه‌ها و فستیوال‌های مرتبط در این کشورها شرکت کرده و محصولات اعضای خود را به نمایش بگذارد.

در همین راستا، انجمن موفق به رزرو چهار غرفه اختصاصی در فستیوال **Host City ۲۰۲۶ Vancouver FIFA World Cup** شده است. این فستیوال فرصتی بی‌نظیر برای معرفی محصولات و خدمات شما به بازاری جهانی و متنوع فراهم می‌کند.

از اعضای علاقمند دعوت می‌شود تا آمادگی خود را برای عضویت در این کارگروه تخصصی از طریق ایمیل زیر اعلام نمایند:

contact@canirn.com

مهلت ثبت‌نام محدود است؛ فرصت را از دست ندهید!

باتشکر، انجمن بازرگانی ایران و کانادا



مقایسه مالیات برای کارآفرینان: ایران در برابر کانادا

وقتی داشتم گزارش مالیاتی برای یکی از کارآفرینان تهیه می‌کردم، به واقعیتی تکان‌دهنده برخوردم: کارآفرینان و تجار در ایران تقریباً دو برابر کانادا مالیات و هزینه‌های مرتبط پرداخت می‌کنند!

من به‌عنوان کسی که تجربه مستقیم کار تجاری در هر دو کشور را دارم، این تفاوت را با تمام وجود احساس کرده‌ام. این موضوع نه تنها به نرخ مالیات بر درآمد محدود می‌شود، بلکه هزینه‌های پنهان مانند بیمه تأمین اجتماعی، مالیات ارزش افزوده غیرقابل‌استرداد، عوارض گمرکی و پیچیدگی‌های بوروکراتیک در ایران، بار مالی سنگینی به کسب‌وکارها تحمیل می‌کند. در مقابل، کانادا با سیستم مالیاتی شفاف، نرخ‌های پایین‌تر و مشوق‌های جذاب، محیطی مساعدتر برای کارآفرینان فراهم کرده است. در این مقاله، با مثال‌های ساده و تحلیل‌های دقیق، این تفاوت‌ها را بررسی می‌کنم و راهکارهایی برای کاهش بار مالیاتی در ایران پیشنهاد می‌دهم.

مقایسه مالیات: ایران و کانادا

مثال ۱: مالیات بر درآمد شرکت‌ها

ایران: فرض کنید یک شرکت کوچک در ایران ۱۰۰ میلیون تومان سود خالص سالانه دارد. طبق ماده ۱۰۵ قانون مالیات‌های مستقیم، ۲۵٪ این سود (۲۵ میلیون تومان) به‌عنوان مالیات بر درآمد پرداخت می‌شود. اما هزینه‌های اضافی مانند مالیات ارزش افزوده (۹٪)، عوارض صنفی، و هزینه‌های حسابداری و بوروکراسی (حدود ۵ تا ۱۰ میلیون تومان) کل بار مالی را به ۳۵ تا ۴۰ میلیون تومان می‌رساند، یعنی ۳۵ تا ۴۰٪ سود!

کانادا: یک شرکت کوچک در انتاریو با سود معادل ۱۰۰,۰۰۰ دلار کانادا، مالیات فدرال و استانی ترکیبی حدود ۱۲.۵٪ (برای کسب‌وکارهای کوچک با درآمد زیر ۵۰۰,۰۰۰ دلار) پرداخت می‌کند، یعنی ۱۲,۵۰۰ دلار. مالیات فروش (HST/GST) برای کسب‌وکارهای ثبت‌شده قابل‌استرداد است و هزینه‌های بوروکراتیک بسیار کمترند. کل بار مالی معمولاً زیر ۱۵,۰۰۰ دلار (۱۵٪ سود) می‌ماند.

نتیجه: در ایران، ۳۵ تا ۴۰٪ سود صرف مالیات و هزینه‌ها می‌شود، در حالی که در کانادا این عدد حدود ۱۵٪ است. این اختلاف تقریباً دو برابری، فشار

مالی قابل‌توجهی بر کارآفرینان ایرانی وارد می‌کند.

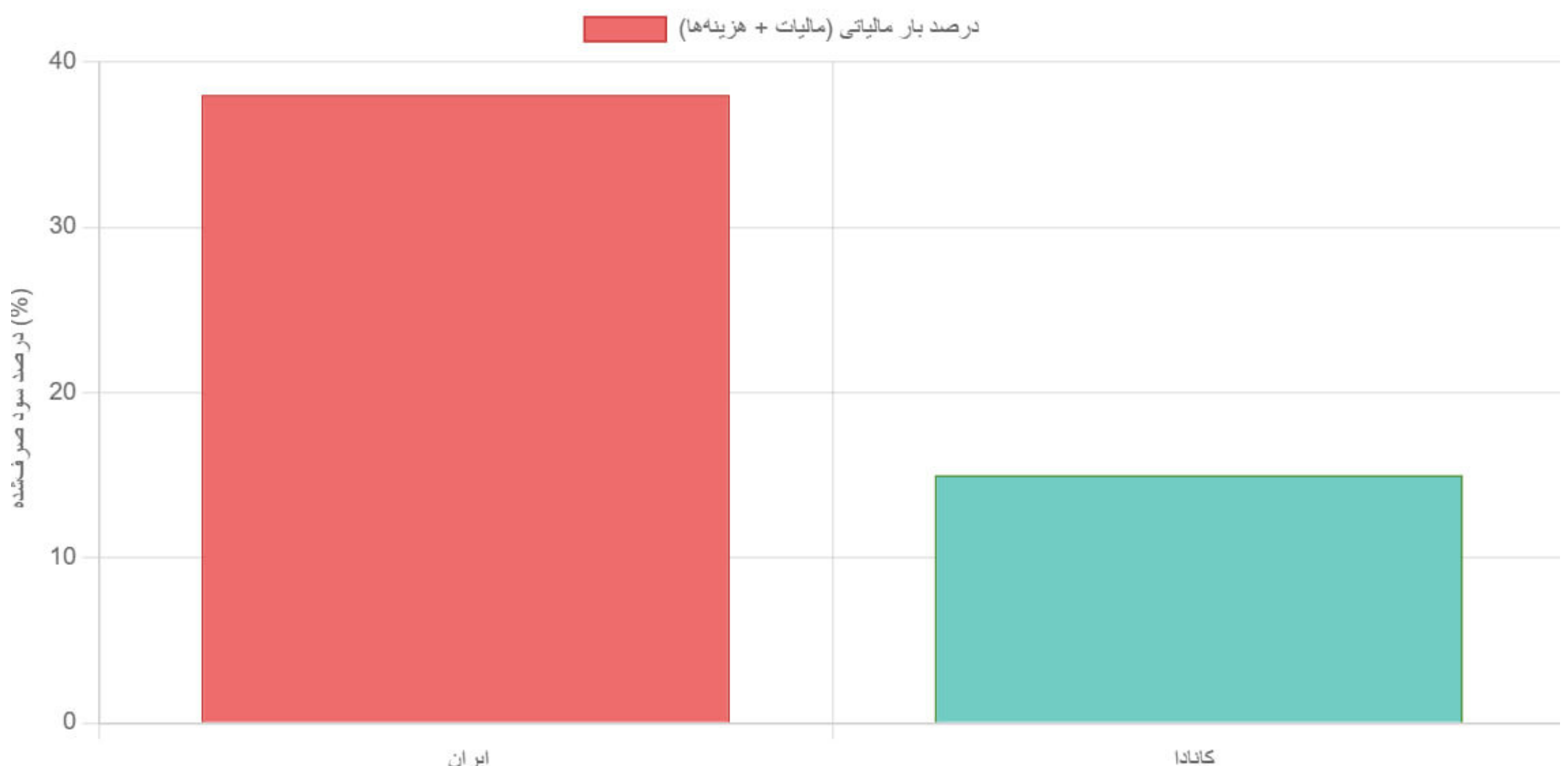
مثال ۲: هزینه‌های بیمه تأمین اجتماعی

ایران: یک کارآفرین با ۵ کارمند (هر کدام با حقوق ماهانه ۱۰ میلیون تومان) باید ۳۰٪ حقوق (۲۳٪ سهم کارفرما + ۷٪ کارمند) به‌عنوان بیمه تأمین اجتماعی پرداخت کند. این یعنی ماهانه ۱۵ میلیون تومان یا ۱۸۰ میلیون تومان در سال فقط برای بیمه!

کانادا: در کانادا، کارفرما برای ۵ کارمند با حقوق سالانه ۵۰,۰۰۰ دلار (هر نفر)، حدود ۷ تا ۱۰٪ حقوق را برای بیمه اشتغال (EI) و طرح بازنشستگی کانادا (CPP) پرداخت می‌کند، یعنی حدود ۲۵,۰۰۰ دلار در سال (تقریباً ۵,۰۰۰ دلار به‌ازای هر کارمند). با نرخ تبدیل تقریبی (۱ دلار کانادا = ۷۲,۰۰۰ تومان در ژوئن ۱۴۰۴)، این مبلغ معادل ۱.۸ میلیارد تومان است، اما با توجه به تفاوت سطح درآمدها، هزینه نسبی در کانادا بسیار کمتر است.

نتیجه: هزینه بیمه در ایران بیش از دو برابر کانادا است (۱۸۰ میلیون تومان در مقابل معادل تقریبی ۹۰ میلیون تومان برای کسب‌وکاری با مقیاس مشابه). این اختلاف، حاشیه سود کارآفرینان ایرانی را به‌شدت کاهش می‌دهد.

مقایسه بار مالیاتی برای شرکت‌های کوچک



نکات کلیدی مقایسه‌ای

۱. مالیات ارزش افزوده غیرقابل استرداد

ایران: مالیات ارزش افزوده (۹٪) برای بسیاری از کسب‌وکارها غیرقابل استرداد است و هزینه مستقیمی به آن‌ها تحمیل می‌کند. این موضوع به‌ویژه برای کسب‌وکارهای کوچک که توان مذاکره با تأمین‌کنندگان را ندارند، چالش‌برانگیز است.

کانادا: مالیات فروش (GST/HST، ۵ تا ۱۵٪ بسته به استان) برای کسب‌وکارهای ثبت‌شده قابل استرداد است، که هزینه‌های عملیاتی را کاهش می‌دهد.

۲. عوارض گمرکی غیرقابل استرداد

ایران: عوارض گمرکی برای واردات مواد اولیه یا تجهیزات غیرقابل استرداد است و هزینه تولید را افزایش می‌دهد. این موضوع در صنایعی مانند خودروسازی یا فناوری تأثیر منفی زیادی دارد.

کانادا: بسیاری از عوارض گمرکی برای کسب‌وکارهای صادراتی یا تولیدی قابل استرداد یا معاف هستند، که رقابت‌پذیری را افزایش می‌دهد.

۳. استهلاک زیان

کانادا: زیان مالی (مثلاً ۵۰,۰۰۰ دلار در سال اول) تا ۲۰ سال به‌عنوان اعتبار مالیاتی قابل استهلاک است، که به استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند در سال‌های اولیه رشد کنند.

ایران: امکان انتقال زیان به سال‌های آینده محدود است و معمولاً تنها تا ۳ سال قابل استفاده است، که برای کسب‌وکارهای نوپا محدودیت ایجاد می‌کند.

۴. مالیات صادرات و تعهدات ارزی

کانادا: صادرات از مالیات فروش معاف است و هیچ تعهد ارزی برای بازگرداندن درآمد صادراتی وجود ندارد.

ایران: صادرکنندگان باید درآمد ارزی را طبق قوانین بانک مرکزی بازگردانند و با تعهدات ارزی پیچیده‌ای مواجه‌اند، که گاهی سود صادرات را کاهش می‌دهد.

۵. شفافیت سیستم مالیاتی

کانادا: سیستم مالیاتی دیجیتال و شفاف کانادا (CRA) با پورتال‌های آنلاین و راهنماهای واضح، انطباق با قوانین را آسان می‌کند.

ایران: تغییرات مکرر قوانین مالیاتی، بازرسی‌های غیرشفاف و فرآیندهای کاغذی، هزینه‌های زمانی و مالی زیادی به کارآفرینان تحمیل می‌کند.

۶. مشوق‌های استارت‌آپی

کانادا: برنامه‌هایی مانند SR&ED (Scientific Research and Experimental Development) تا ۳۵٪ هزینه‌های تحقیق و توسعه را به‌صورت اعتبار مالیاتی بازمی‌گرداند.

ایران: معافیت‌های استارت‌آپی محدود به مناطق خاص (مانند پارک‌های فناوری) است و دسترسی به آن‌ها به دلیل بوروکراسی دشوار است.

تکسیشن: تخصص کلیدی برای تحول کسب‌وکار

تکسیشن (Taxation Expertise) ترکیبی هوشمندانه از حسابداری، حقوق و دانش قوانین پیچیده شرکت‌داری است که می‌تواند بار مالیاتی کسب‌وکارها را به‌طور چشمگیری کاهش دهد. یک متخصص تکسیشن با تسلط بر این حوزه‌ها، نه‌تنها انطباق با قوانین را تضمین می‌کند، بلکه با استفاده از مشوق‌های مالیاتی و بازسازی ساختار شرکت، سودآوری را افزایش می‌دهد. در کانادا، این متخصصان ممکن است ساعتی تا ۵۰۰ دلار دریافت کنند، اما ارزشی که خلق می‌کنند، چندین برابر این هزینه است. در ایران، این تخصص هنوز به‌ندرت یافت می‌شود، اما تقاضا برای آن رو به افزایش است.

مثال: صرفه‌جویی با تکسیشن

ایران: فرض کنید یک شرکت تولیدی در ایران سالانه ۵۰۰ میلیون تومان مالیات پرداخت می‌کند. یک متخصص تکسیشن با تحلیل صورت‌های مالی، استفاده از معافیت‌های قانونی (مانند معافیت‌های صادراتی)، و بهینه‌سازی ساختار مالی، بار مالیاتی را به ۲۰۰ میلیون تومان کاهش می‌دهد. این یعنی ۳۰۰ میلیون تومان صرفه‌جویی سالانه، که می‌تواند صرف توسعه کسب‌وکار یا استخدام نیروی جدید شود.

کانادا: یک شرکت فناوری در انتاریو با درآمد سالانه ۱ میلیون دلار، به دلیل عدم آگاهی از مشوق‌های SR&ED، سالانه ۲۵۰,۰۰۰ دلار مالیات پرداخت می‌کند. متخصص تکسیشن با شناسایی ۳۰۰,۰۰۰ دلار هزینه تحقیق و توسعه واجد شرایط، اعتبار مالیاتی ۱۰۵,۰۰۰ دلاری (۳۵٪) دریافت می‌کند و با تغییر ساختار شرکت به یک هلدینگ، مالیات را به ۸۰,۰۰۰ دلار کاهش می‌دهد. نتیجه: ۱۷۰,۰۰۰ دلار صرفه‌جویی سالانه.



■ راهکارها برای کارآفرینان ایرانی

با توجه به بار مالیاتی سنگین در ایران، کارآفرینان می‌توانند با اقدامات زیر هزینه‌های خود را کاهش دهند:

۱. مشاوره با متخصصان تکسیشن: استخدام مشاوران مالیاتی با دانش قوانین ایران و بین‌الملل برای شناسایی معافیت‌ها و بهینه‌سازی مالی. انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌تواند اعضای خود را به متخصصان کانادایی یا ایرانی متصل کند.

۲. استفاده از معافیت‌های قانونی: بهره‌گیری از معافیت‌های مناطق آزاد، پارک‌های فناوری یا صادرات غیرنفتی برای کاهش مالیات.

۳. دیجیتالی‌سازی فرآیندها: استفاده از نرم‌افزارهای حسابداری دیجیتال برای کاهش هزینه‌های بوروکراتیک و افزایش شفافیت مالی.

۴. آموزش مالیاتی: شرکت در کارگاه‌های آموزشی انجمن برای یادگیری قوانین مالیاتی و مشوق‌های موجود در ایران و کانادا.

۵. همکاری با کانادا: ایجاد شرکت‌های مشترک با شرکای کانادایی برای بهره‌مندی از سیستم مالیاتی شفاف و مشوق‌های کانادا، به‌ویژه در صنایعی مانند خودروسازی برقی و فناوری.

■ نقش انجمن بازرگانی ایران و کانادا

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا متعهد هستیم که کارآفرینان ایرانی را برای کاهش بار مالیاتی و رقابت در بازارهای جهانی آماده کنیم.

برنامه‌های ما شامل:

■ کارگاه‌های آموزشی: آموزش قوانین مالیاتی ایران و کانادا و راهکارهای کاهش مالیات.

■ معرفی متخصصان تکسیشن: اتصال اعضای انجمن به مشاوران مالیاتی در کانادا و ایران.

■ شبکه‌سازی تجاری: ایجاد فرصت‌های همکاری با شرکت‌های کانادایی برای بهره‌مندی از سیستم‌های مالیاتی مساعد.

■ لابی برای اصلاح قوانین: همکاری با نهادهای ایرانی برای ساده‌سازی قوانین مالیاتی و افزایش مشوق‌های استارت‌آپی.

■ نتیجه‌گیری: زمان تحول مالیاتی

مقایسه سیستم‌های مالیاتی ایران و کانادا نشان می‌دهد که کارآفرینان ایرانی با بار مالیاتی و بوروکراتیک بسیار سنگین‌تری مواجه‌اند. اما این چالش، فرصتی برای تحول است. با استفاده از تخصص تکسیشن، بهره‌گیری از معافیت‌های قانونی، و همکاری با شرکای بین‌المللی مانند کانادا، می‌توانیم هزینه‌های مالیاتی را کاهش دهیم و منابع را به توسعه کسب‌وکار اختصاص دهیم.

از اعضای محترم انجمن دعوت می‌کنم در کارگاه‌های آموزشی ما شرکت کنند و از خدمات مشاوره‌ای انجمن برای بهینه‌سازی مالی بهره‌مند شوند. بیایید با هوشمندی و برنامه‌ریزی، آینده‌ای روشن‌تر برای کسب‌وکارهای ایرانی بسازیم.

معرفی پنج کتاب منتشر شده در انجمن بازرگانی ایران و کانادا



کتاب پنجم (کتاب راهنمای توسعه کسب و کارهای کانادایی در ایالات متحده آمریکا) در حقیقت تکمیل کننده کتاب های قبلی در آمریکای شمالی است که بعنوان هدیه نوروزی انجمن بازرگانی ایران و کانادا در اختیار همه قرار گرفت.

کتاب اول

کتاب تجارت با / از / در کانادا حاوی تعداد حدودی ۱۴۰۰ صفحه ، انتشارات جاجرمی



کتاب دوم

آخرین آمارهای اقتصادی و تجاری کشور کانادا
براساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲
انتشارات آذرفر، ۴۴۶ صفحه



کتاب سوم

راهنمای کامل لیبلینگ در کانادا

نحوه انتشار: آنلاین



کتاب چهارم

استراتژی و تئوری های فروش
استراتژی و تئوری های فروش در آمریکای شمالی
تعداد صفحات ۳۲۶
انتشارات آذرفر



کتاب پنجم:

کتاب راهنمای توسعه کسب و کارهای کانادایی در ایالات متحده آمریکا
نحوه انتشار: آنلاین



داستان فرانسویز

Poulet Rouge

در کانادا

در فارسی، می‌توان آن را به‌صورت تحت‌اللفظی «مرغ قرمز» ترجمه کرد، واژه «Poulet» در فرانسه به معنای «مرغ» (به‌ویژه مرغ جوان یا آماده طبخ) و «Rouge» به معنای «قرمز» است. این نام احتمالاً به سبک خاص طبخ یا ظاهر غذاها (مثل سس‌های قرمز یا ادویه‌های خاص) اشاره دارد، هرچند در منوی Poulet Rouge رنگ قرمز به‌صورت خاص در غذاها برجسته نیست و بیشتر به برندینگ مرتبط است.



شروع و تاریخچه

Poulet Rouge در سال ۲۰۱۲ در شهر ژولییت (Joliette)، کبک، توسط دو دوست به نام‌های موسا مادی (Moussa Madi) و بیلال جعفال (Bilal Jaffal) تأسیس شد. ایده اولیه از رستوران خانوادگی لبنانی «pita Marjan» که والدین موسا از سال ۱۹۹۵ در مرکز خرید گالری ژولییت اداره می‌کردند، الهام گرفته شد. موسا که از کودکی در محیط رستوران بزرگ شده بود، تجربه‌ای عمیق در صنعت غذا داشت. در سال ۲۰۱۷، خلیل منصوری (Khalil Mansouri) به‌عنوان مسئول عملیات به تیم اضافه شد و همین موضوع به تسریع رشد برند کمک کرد. در همان سال، Poulet Rouge مفهوم اصلی خود را به «بول‌های مرغ کبابی قابل تنظیم» (Customizable Grilled Chicken Bowls) نهایی کرد که نقطه عطفی در موفقیت آن بود. این مفهوم ترکیبی از ریشه‌های مدیترانه‌ای بنیان‌گذاران و سلیقه‌های شمال‌آمریکایی بود و به‌سرعت مورد استقبال قرار گرفت. از زمان نهایی شدن مفهوم بول‌های مرغ کبابی در سال ۲۰۱۷، Poulet Rouge رشد سریعی را تجربه کرد. این برند تا سال ۲۰۲۱ به ۲۰ شعبه رسید و تا آوریل ۲۰۲۵ به ۶۳ شعبه در سراسر کانادا گسترش یافت، از جمله اولین شعبه خیابانی در تورنتو در منطقه کوئین‌وست. در حال حاضر، Poulet Rouge بیش از ۵۰ شعبه

در کبک، ۸ شعبه در انتاریو و برنامه‌هایی برای افتتاح شعبه در آلبرتا دارد. هدف این برند رسیدن به ۸۰ رستوران تا پایان سال ۲۰۲۵ است، که نشان‌دهنده جاه‌طلبی آن برای تبدیل شدن به بزرگ‌ترین زنجیره رستوران فست‌فود در کانادا است.

این رشد سریع به عوامل متعددی بستگی دارد:

استراتژی بازاریابی دیجیتال

Poulet Rouge از کمپین‌های اینفلوئنسری و مدیریت شبکه‌های اجتماعی (مانند تیک‌تاک و اینستاگرام) برای افزایش آگاهی و تعامل با مشتریان استفاده کرده است. برای مثال، کمپین‌های محلی در کبک و انتاریو باعث افزایش بازدید و جذب مشتریان جدید شد.

تمرکز بر سلامت و پایداری

استفاده از مواد اولیه تازه، بسته‌بندی‌های ۱۰۰٪ قابل‌تجزیه زیستی و ارائه غذاهای متعادل از نظر تغذیه‌ای، این برند را در بازار رقابتی متمایز کرده است.

فرآیند فرانچایز دقیق

Poulet Rouge از یک سیستم انتخاب سخت‌گیرانه برای فرانچایزها استفاده می‌کند که شامل حداقل ۱۰۰۰ ساعت ارزیابی در شعب موجود است. این برند تجربه قبلی در صنعت غذا را الزامی نمی‌داند و آموزش‌های جامع ارائه می‌دهد، که باعث جذب سرمایه‌گذاران جدید شده است.



چالش‌ها:

با وجود موفقیت، Poulet Rouge با چالش‌هایی مانند رقابت در بازار فست‌فود، مشکلات تهویه در برخی شعب و انتقادهایی درباره شرایط کاری (مانند دستمزد پایین یا فشار کاری بالا) مواجه بوده است. همچنین، پروژه‌های ساخت‌وساز مانند خط متروی انتاریو در تورنتو، فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای شعب جدید ایجاد کرده است.

رستوران Poulet Rouge در دسته «فست‌کژوال» (Fast-Casual) قرار می‌گیرد و تخصصش در بول‌های مرغ کبابی قابل‌تنظیم است و در مراکز خرید و یا بصورت بیرون بر فعالیت می‌کند.

منوی آن شامل:

بول‌های قابل‌تنظیم:

مشتریان می‌توانند از بین گزینه‌های پایه (مانند Rouge Bowl، Rouge Poutine یا Rouge Mini) انتخاب کنند و سپس مرغ کبابی حلال یا فیله‌های گیاهی را با پایه‌هایی مثل برنج قهوه‌ای، گندم بلغور،

کینوا یا کاهو ترکیب کنند. سبزیجات تازه، غلات مغذی و سس‌های دست‌ساز هم به انتخاب مشتری اضافه می‌شوند.

غذای سالم و متعادل:

این برند بر غذاهای مغذی و سالم تأکید دارد و گزینه‌های مناسب برای رژیم‌های مختلف، از جمله گیاه‌خواری، ارائه می‌دهد.

تأثیرات مدیترانه‌ای و

شمال‌آمریکایی:

منو ترکیبی از طعم‌های مدیترانه‌ای (مثل ادویه‌های خاص) و سبک‌های مدرن فست‌فود است که به‌عنوان «مدرن فیوژن» (Modern Fusion) شناخته می‌شود.

قیمت فرانچایز:

مدل کسب‌وکار آن به‌صورت «کلید در دست» (Turn-key) توصیف شده که شامل آموزش، پشتیبانی بازاریابی و سیستم‌های عملیاتی است. برای دریافت اطلاعات دقیق،





متقاضیان باید با ارسال ایمیل به Poulet Rouge درخواست بسته سرمایه‌گذاری و فرانچایز کنند. همچنین، فرآیند انتخاب شامل ارزیابی مالی و تعهد به حداقل ۱۰۰۰ ساعت کار در یکی از شعب است.

برای مقایسه، هزینه سرمایه‌گذاری در برخی برندهای مشابه فست‌فود در کانادا (مانند The DRIPBaR) تا ۴۴۱,۵۰۰ دلار گزارش شده است، که می‌تواند شاخصی برای تخمین هزینه‌های Poulet Rouge باشد، اما اطلاعات دقیق فقط از طریق تماس مستقیم با برند قابل دریافت است.

چرا اینقدر رشد کرده؟

مفهوم منحصربه‌فرد

بول‌های قابل‌تنظیم و سالم در بازار روبه‌رشد غذاهای فست‌کژوال تقاضای زیادی دارند.

تمرکز بر پایداری و سلامت

استفاده از بسته‌بندی‌های زیست‌تخریب‌پذیر و مواد اولیه باکیفیت، این برند را با ترندهای مدرن هم‌راستا کرده است.

انطباق با نیازهای محلی:

Poulet Rouge با ارائه غذاهای حلال و گزینه‌های گیاهی، مخاطبان متنوعی را هدف قرار داده است.

مجموعه Poulet Rouge از یک رستوران کوچک در کبک به یک زنجیره ملی با بیش از ۶۳ شعبه در سال ۲۰۲۵ تبدیل شده است. با تمرکز بر غذاهای سالم، قابل‌تنظیم و پایدار، این برند توانسته جایگاهی قوی در بازار فست‌کژوال کانادا پیدا کند. رشد سریع آن نتیجه استراتژی‌های بازاریابی هوشمند، مدل فرانچایز قوی و انطباق با نیازهای مشتریان است.





انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا موسسه‌ای غیر دولتی و غیر انتفاعی است که با استناد به قوانین بازرگانی کانادا و ایران، به ویژه در حوزه‌های تجاری، بازرگانی، صنایع، کشاورزی و گردشگری با هدف ایجاد و گسترش بستری مناسب برای همکاری متقابل بازرگانان و شرکت‌های تجاری ایران و کانادا و همچنین تبادل سرمایه گذاری در سال ۲۰۱۶ تاسیس شده است.

ارتباط با ما



Montreal: 4388 St Denis, Suite 200 #100, Montreal, QC H2J 2L1



Toronto: 1370 Don Mills Rd, Toronto, ON M3B 3N7



تهران - پاسداران خیابان شهید کلاهدوز - بعد از چهار راه کاوه- پلاک ۳۱۵ واحد ۱۴ - طبقه پنجم



+1(514)812-1744



+1(647)619-0868



+98(912)194-1366

Publisher: Canada Iran Business Association
www.CanadaIran.ca
4388 Saint Denis St Suite 200 #100
Montreal, QC Canada H2J 2L1

Published language: Persian
Signatures is published Monthly, online
ISSN 2564-1069

Monthly Online Magazine

Canada Iran Business Association
July 2025 – Issue 55

To contact the editors:
contact@canirn.com