

MaRS Discovery District

Se mobiliser en faveur de l'écosystème Canadien à vocation sociale

Résumé des recherches et recommandations sur l'écosystème de la vocation sociale au Canada

Avril 2023

Table des matières

PRÉSENTATION.....	1
REMARQUES ET RESTRICTIONS	2
CONTEXTE	2
À PROPOS DE MaRS.....	3
A PROPOS DU CANADIAN PURPOSE ECONOMY PROJECT	3
VISION DE LA VOCATION SOCIALE AU CANADA	5
CONSTAT DE RECHERCHE SUR L'ÉCOSYSTÈME À VOCATION SOCIALE.....	5
RELATIONS AVEC LA VOCATION SOCIALE	6
INTÉRÊT DE CONTRIBUER À L'AVANCEMENT DE LA VOCATION SOCIALE.....	7
MESURES À PRENDRE ET NOUVEAUX INTERVENANTS	7
THÉORIE DU CHANGEMENT.....	8
RECOMMANDATIONS À L'ÉGARD DE LA CONCEPTION D'UN ÉCOSYSTÈME À VOCATION SOCIALE.....	10
PROCHAINES ÉTAPES	12
CONCLUSION	13

PRÉSENTATION

L'écosystème à vocation sociale en est à ses balbutiements au Canada. Bien que l'intérêt pour celui-ci soit généralisé, les définitions et cadres d'application communs, les mesures coordonnées et la mobilisation sectorielle varient grandement à l'échelle du pays.

Pour en savoir plus sur nos services et comment vous pouvez collaborer avec nous, visitez www.marsdd.com

Pour stimuler la vocation sociale des entreprises, les intervenants de cet écosystème doivent être identifiés, compris, mobilisés et connectés. Pour commencer à répondre à ces objectifs, MaRS Discovery District, en collaboration avec le **Canadian Purpose Economy Project**, a mené 70 entrevues auprès des intervenants de l'écosystème des entreprises à vocation sociale afin de mieux comprendre les relations de leur organisation avec cette vocation, leur intérêt à contribuer à son avancement au Canada et les mesures qu'elles pourraient prendre, et de déterminer d'autres intervenants dans l'écosystème à plus grande échelle.

MaRS a dressé la liste des répondants dans le cadre du Canadian Purpose Economy Project et les entrevues ont eu lieu d'octobre 2022 à janvier 2023. Bien que les noms et les organisations ne soient pas mentionnés afin de respecter leur confidentialité, les renseignements et les recommandations dans le présent rapport proviennent de ces entrevues.

Ce rapport est un résumé de notre recherche, qui comprend des suggestions sur la façon de bâtir l'écosystème à vocation sociale au Canada.

REMARQUES ET RESTRICTIONS

Même si nous pensons que les renseignements recueillis dans le cadre de notre recherche sont utiles pour tracer la voie pour l'avenir du mouvement vocationnel au Canada, les conclusions de notre rapport sont qualitatives et directionnelles plutôt qu'exhaustives et décisives.

CONTEXTE

Cette étude s'appuie sur des recherches antérieures menées par le MaRS Business for Purpose Network (B4PN), une coalition de leaders du secteur privé, du secteur des organismes à but non lucratif, du secteur universitaire et du secteur public, financée par la Fondation McConnell, et dont la mission consiste à aider les entreprises canadiennes à évoluer au-delà du modèle traditionnel de responsabilité sociale des entreprises (RSE) afin de mettre l'accent sur les objectifs sociétaux comme raison d'être. Dans le cadre de notre recherche, cinq priorités stratégiques visant à faire progresser l'innovation sociale ont été établies :

1. Créer un environnement propice
2. Soutenir les ambassadeurs des objectifs sociétaux
3. Accélérer l'adoption directe de ces objectifs par les entreprises
4. Effectuer des recherches et sensibiliser
5. Mobiliser des ressources, y compris des fonds de finance sociale, pour faire avancer les choses

Selon les conclusions de cette recherche, onze secteurs à effet de levier doivent être activés pour créer un environnement propice au démarrage, à la transition, à la prospérité et à la croissance des entreprises à vocation sociale, comme le montre l'image à droite.

À PROPOS DE MaRS

MaRS est le plus important carrefour d'innovation urbain d'Amérique du Nord, qui soutient les entreprises en démarrage et à forte croissance, les entreprises en expansion et les innovateurs sociaux afin de relever certains des plus grands défis de la société. Sa raison d'être consiste à aider les innovateurs à créer un monde meilleur. Plus de 1 200 entreprises avec une spécialisation liée au climat et à l'écotechnologie, à l'innovation en santé et aux technologies émergentes tirent parti de son service de soutien.

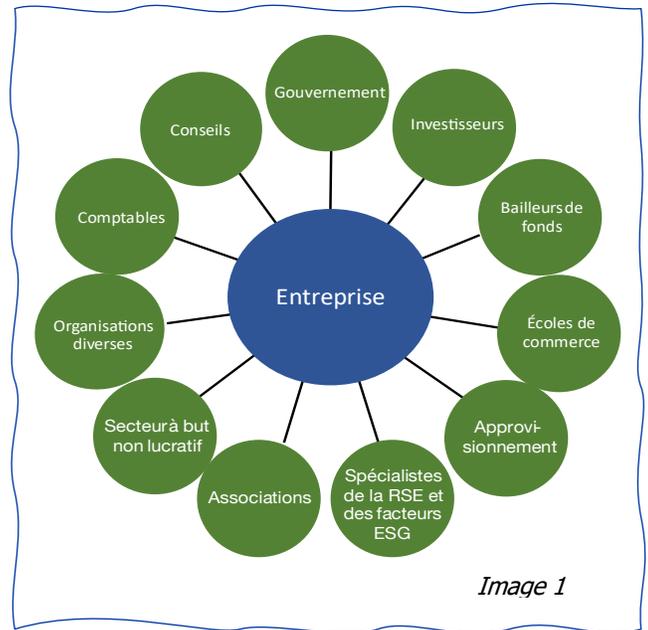


Image 1

En 2018, MaRS lançait le Business for Purpose Network (B4PN), un projet regroupant plus de 15 membres fondateurs et leaders de l'innovation sociale dont la mission est de faire progresser les entreprises canadiennes en tant que force motrice pour le bien commun en mettant les objectifs sociétaux au cœur de leur travail. Grâce à la recherche, à l'établissement de réseaux, à la diffusion des connaissances et à la planification stratégique, le projet B4PN a contribué à la création d'une feuille de route pour les leaders engagés.

A PROPOS DU CANADIAN PURPOSE ECONOMY PROJECT

En s'appuyant sur les assises du projet B4PN, le Canadian Purpose Economy Project a été créé pour accélérer la transition vers l'économie du sens (purpose economy). Il mobilise les intervenants de l'écosystème national pour créer un environnement propice au démarrage, à la transition, à la prospérité et à la croissance des entreprises à vocation sociale.

Dans un esprit de collaboration, ce projet rassemble, connecte et organise, ce qui entraîne le mouvement des entreprises à vocation sociale au Canada vers une économie où ces entreprises sont la norme, attirant des capitaux, des talents et des partenaires. Dans cette économie, les entreprises exploitent tous leurs actifs, leur influence, leur portée et leur envergure en collaboration avec d'autres intervenants pour aider le Canada à relever ses défis sociétaux et à concrétiser un avenir florissant. www.purposeeconomy.ca



MaRS remercie le ministère de l'Emploi et du Développement social du Canada pour le financement de ce projet.

Ce rapport a été rédigé grâce à l'apport de Mike Rowlands, président et chef de la direction de Junxion Strategy, un fournisseur de services-conseils à vocation sociale qui œuvre dans plusieurs secteurs, de Coro Strandberg, président de Strandberg Consulting, un conseiller national de premier plan auprès des entreprises et des gouvernements en matière de vocation sociale et de développement durable, et président du Canadian Purpose Economy Project, et de Josée Thibault, directrice de la philanthropie chez MaRS Discovery District.

VISION DE LA VOCATION SOCIALE AU CANADA

MaRS Business for Purpose Network et le Canadian Purpose Economy Project ont adopté une vision commune de la croissance des entreprises à vocation sociale au Canada, qui a orienté la recherche :

D'ici 2030, au moins 25 % des entreprises canadiennes adopteront, diffuseront et intégreront de façon authentique une raison d'être ancrée sur les enjeux sociétaux dans leurs activités et leurs relations, et collaboreront avec d'autres intervenants pour la concrétiser.

La cible de 25 % a été fixée avec la conviction qu'elle créera un point de bascule, où une série de changements au sein des entreprises individuelles deviendront suffisamment importants pour induire des changements encore plus importants. En d'autres mots, toutes les entreprises canadiennes ont pour objectif de créer un monde meilleur et réalisent activement l'ambition de leur raison d'être.

La mobilisation de l'écosystème canadien à vocation sociale fait référence à l'élaboration et à la mise en œuvre de mesures ciblées qui créent un environnement propice au démarrage, à la transition, à la prospérité et à la croissance des entreprises à vocation sociale en vue d'adopter cette vision.

CONSTAT DE RECHERCHE SUR L'ÉCOSYSTÈME À VOCATION SOCIALE

Les entrevues menées auprès des personnes et des organisations influentes en ce qui concerne la croissance et l'accélération des activités des entreprises à vocation sociale révèlent une sensibilisation et un intérêt considérables pour cette tendance d'affaires. En ayant recours à la bonne combinaison de soutien et de

Comment pouvez-vous y prendre part?

Souhaitez-vous appuyer le mouvement des entreprises à vocation sociale? Voici quelques-unes des mesures que vous pouvez prendre dès aujourd'hui :

- 1) Abonnez-vous pour recevoir des mises à jour sur l'économie du sens à l'adresse www.purposeeconomy.ca
- 2) Inscrivez-vous pour recevoir de l'information et des nouvelles à l'adresse www.socialpurpose.ca
- 3) Communiquez avec le Canadian Purpose Economy Project si vous souhaitez participer à l'un de ses projets : info@purposeeconomy.ca
- 4) Faites la promotion des entreprises à vocation sociale auprès de votre réseau en diffusant ce rapport et en demandant à d'autres intervenants de participer

Définition de l'économie du sens

« L'économie du sens est une économie optimisée par la recherche du bien-être de tous à long terme, dans laquelle les entreprises et les systèmes réglementaires et financiers favorisent un avenir équitable, florissant et résilient. »

Cette définition se trouve sur le site Web de l'United Way BC Social Purpose Institute Propelling Purpose Summit en cliquant sur [ce lien](#).

mobilisation, le Canada est en position favorable pour que les entreprises à vocation sociale prennent leur envol et continuent de croître. Selon nous, l'écosystème à vocation sociale est sur le point d'obtenir la mobilisation souhaitée et de progresser au Canada. En effet, des groupes d'intervenants ont manifesté un intérêt considérable pour l'essor des entreprises à vocation sociale et la croissance de l'économie du sens.

Voici un résumé général de ce que nous avons appris :

Définition d'une entreprise à vocation sociale

« Une entreprise à vocation sociale est une entreprise dont la raison d'être est de créer un monde meilleur. »

Cette définition se trouve sur le site Web de l'United Way BC Social Purpose Institute en cliquant sur [ce lien](#).

RELATIONS AVEC LA VOCATION SOCIALE

Les définitions et la compréhension varient d'un intervenant à l'autre

Lorsqu'on leur a demandé de définir la vocation sociale, les définitions et les interprétations des personnes interrogées variaient, allant d'une approche ciblée sur la raison d'être de l'entreprise ou les facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG), à une utilisation ciblée du présent projet : lorsque l'objectif d'une entreprise est de créer un monde meilleur. Une fois que ces personnes ont été informées de la définition utilisée dans le cadre du projet, la plupart l'ont approuvée. Cependant, les diverses définitions obtenues suggèrent un manque de sensibilisation à l'égard de ce que la vocation sociale signifie réellement. Certains répondants, en particulier ceux représentant les conseils, les comptables et les investisseurs, ont préféré le langage du sens à celui de la vocation sociale, en indiquant que leur secteur préfère utiliser une approche plus globale liée à la raison d'être de l'entreprise.

L'absence de définitions claires est courante lors des premières étapes de la création d'un mouvement et cette situation était prévisible, d'autant plus que les personnes interrogées représentaient un écosystème à grande échelle. Néanmoins, ce constat souligne l'importance de consacrer du temps à la mise en contexte et à l'acceptation générale des termes à mesure que les activités et les initiatives sont renforcées.

Activités courantes dispersées

La relation des répondants avec la vocation sociale varie selon les secteurs à effet de levier, bien que tous ont pris conscience de cette vocation et la soutiennent. La plupart des personnes interrogées ne participaient pas activement aux efforts de l'entreprise à vocation sociale, mais tous étaient au courant de cette tendance dans les entreprises.

Certaines organisations avaient déjà déterminé une vocation sociale comme raison d'être de leur organisation, ou étaient sur le point de le faire, mais pour la plupart, ce n'était pas le cas.

INTÉRÊT DE CONTRIBUER À L'AVANCEMENT DE LA VOCATION SOCIALE

Soutien général

Tous les répondants ciblés ont accepté de participer à l'étude, ce qui témoigne un grand intérêt pour les entreprises à vocation sociale, même si certains ont délégué l'entrevue à une personne-ressource plus appropriée au sein de leur organisation. La plupart des répondants ont manifesté un intérêt pour se joindre à un groupe d'action une fois l'activité décrite, mais certains ont indiqué des contraintes de capacité qui pourraient limiter leur participation.

Activation

Les entrevues ont permis de déterminer des ambassadeurs qui se sont montrés très enthousiastes à l'idée de participer aux prochaines activités. Ces personnes pourraient jouer un rôle important en catalysant une économie animée par une raison d'être à mesure qu'elle progresse et se propage dans différents secteurs et d'autres secteurs à effet de levier.

En plus de certains répondants, quelques-uns des secteurs à effet de levier étaient plus enclins que d'autres à activer le projet et à former des groupes d'action, à savoir les associations, les conseils, les investisseurs, les comptables et le gouvernement fédéral ou l'écosystème

MESURES À PRENDRE ET NOUVEAUX INTERVENANTS

Étapes fondamentales

Étant donné que quelques secteurs à effet de levier identifiés avaient commencé à contribuer à l'avancement de la vocation sociale dans les entreprises, les étapes fondamentales suivantes ont été établies comme points de départ appropriés :

- L'élaboration de cadres d'application, de guides pratiques, d'études de cas, de sondages et d'autres ressources
- L'élaboration d'une analyse de rentabilité formelle pour les entreprises à vocation sociale, adaptée à chaque levier, et qui précise l'importance, la nécessité et l'incidence potentielle de leur contribution

- La prestation de services d'éducation et de formation adaptés à leur secteur spécifique, y compris l'accès à des conseillers pour guider et soutenir les travaux
- Les efforts déployés pour encourager leurs membres (pour les organisations qui en ont) à adopter une vocation sociale grâce à la communication et à la sensibilisation et à poursuivre sur leur lancée
- La formation et le soutien pour l'adoption d'une vocation sociale au sein de leur organisation, si aucune vocation n'existe déjà
- Le développement de réseaux de pairs visant à soutenir davantage l'élaboration, l'adoption et l'opérationnalisation de la vocation sociale au sein des organisations

Renforcement du mouvement

Bien qu'elles soient intéressées et souvent mobilisées à la vocation sociale d'un point de vue personnel ou au sein de leur propre organisation, de nombreuses personnes interrogées ne savaient pas quelles mesures pourraient être prises pour favoriser l'avancement de cette vocation ou quels autres intervenants pourraient être mobilisés pour bâtir cet écosystème. Cette méconnaissance et cette mobilisation limitée soulèvent la possibilité d'un rassemblement et d'un renforcement des collectivités à l'échelle du pays, dans l'ensemble des secteurs et selon les leviers.

Occasions repérées

Certaines personnes plus familières avec l'écosystème ont repéré deux occasions importantes. Primo, de nombreux répondants ont pris en compte les pratiques d'approvisionnement des grandes entreprises et des gouvernements comme un point d'accès rapide pour laisser libre cours à des discussions sur la vocation sociale des entreprises. Secundo, certains répondants ont vu une occasion d'élaborer un modèle typiquement canadien qui pourrait être exporté vers d'autres territoires.

De plus, les personnes interrogées ont repéré une série d'occasions à saisir et de mesures d'intérêt à prendre. Celles-ci ont fait l'objet d'une analyse, puis ont été résumées dans des théories du changement distinctes pour chaque secteur à effet de levier, dans l'espoir qu'elles servent de feuille de route pour les prochaines mesures à prendre et qu'elles priorisent le niveau de préparation et l'incidence potentielle sur l'ensemble de l'écosystème à vocation sociale.

Dans le contexte des présentes théories du changement, l'activation réussie des secteurs à effet de levier ci-dessous permettra d'intégrer la vocation sociale au sein des entreprises.

THÉORIE DU CHANGEMENT

Au cours des entrevues, nous avons découvert une théorie du changement qui montre comment l'engagement social des intervenants de l'écosystème peut :

- A. Accroître le nombre d'entreprises qui adoptent et mettent en œuvre une vocation sociale et qui collaborent
- B. Favoriser la participation d'entreprises à vocation sociale plus authentiques et de confiance
- C. Atteindre une économie du sens plus juste et équitable

L'activation réussie des secteurs à effet de levier ci-dessous conformément à la façon décrite permettra d'intégrer la vocation sociale dans les entreprises.

Voici les théories du changement pour chaque secteur à effet de levier :

Secteur à effet de levier	Théorie du changement
Conseils d'administration	Une sensibilisation accrue des administrateurs et des conseils d'administration à la vocation sociale fera en sorte que de plus en plus d'entreprises adopteront et mettront en œuvre cette vocation comme leur raison d'être.
Investisseurs	Mobiliser les investisseurs pour qu'ils incitent les entreprises dans lesquelles ils investissent à adopter, à régir et à mettre en œuvre la vocation sociale fera en sorte que de plus en plus d'entreprises adopteront et mettront en œuvre cette vocation comme leur raison d'être.
Comptables	Les comptables sont particulièrement qualifiés pour élaborer des lignes directrices sur la façon de rendre des comptes, de présenter l'information et d'assurer la raison d'être des entreprises pour qu'elles assument leur responsabilité.
Approvisionnement	Une sensibilisation accrue des fournisseurs à la vocation sociale fera en sorte que de plus en plus d'entreprises adopteront et mettront en œuvre cette vocation comme leur raison d'être.
Associations	Étant donné que de nombreuses associations comptent des entreprises parmi leurs membres, elles sont leur porte d'entrée à grande échelle pour les encourager à adopter une vocation sociale.
Gouvernement fédéral	Le gouvernement fédéral peut recourir à ses mécanismes d'intervention pour créer un environnement propice au démarrage, à la transition, à la prospérité et à la croissance des entreprises à vocation sociale.

Écoles de commerce	<p>Les écoles de commerce qui intègrent des modèles d'affaires à vocation sociale dans leurs programmes d'études de base, d'apprentissage par l'expérience, de formation continue, d'éducation des cadres supérieurs et de formation professionnelle, ainsi que dans leurs programmes de préparation à la carrière, s'assurent d'outiller leurs diplômés afin qu'ils mettent à profit leurs connaissances en milieu de travail. Cette mesure permettra de passer de la primauté des actionnaires à court terme à la primauté de la raison d'être à long terme, et d'accroître le nombre d'entreprises à vocation sociale.</p>
Diverses associations de gens d'affaires	<p>Mobiliser divers dirigeants d'entreprise à l'économie du sens leur assure que leur entreprise affiche une croissance inclusive, juste et équitable, et que celle-ci intègre différents points de vue sur la vocation sociale afin d'échafauder une théorie du changement bien huilée.</p>
Professionnels de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et des facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG)	<p>Le perfectionnement des spécialistes de la RSE et des facteurs ESG aux concepts de la vocation sociale peut favoriser l'adoption de cette vocation, qu'il soit des employés ou des conseillers.</p>
Organisations à but non lucratif	<p>En mobilisant les organisations à but non lucratif à devenir des ambassadeurs des entreprises à vocation sociale, on renforce leur confiance en cette vocation et on leur donne les outils pour établir des partenariats et promouvoir cette vocation auprès de leurs donateurs, partenaires et publics cibles. En donnant aux entreprises à vocation sociale les moyens d'établir des partenariats avec des intervenants par rapport à leur objectif, on permet à ces derniers de contribuer à l'avancement de cette vocation.</p>
Bailleurs de fonds	<p>Mobiliser et sensibiliser les bailleurs de fonds et les informer sur les entreprises à vocation sociale peuvent les amener à devenir des alliés et à financer les efforts visant à faire progresser l'écosystème à vocation sociale au Canada.</p>

RECOMMANDATIONS À L'ÉGARD DE LA CONCEPTION D'UN ÉCOSYSTÈME À VOCATION SOCIALE

Cette recherche met en évidence les dix mesures suivantes pour se mobiliser en faveur de l'écosystème à vocation sociale au Canada.

Mesure	Description
Activation du secteur	Tableaux de mesures sectorielles et réseaux de pairs visant à élaborer et à mettre en œuvre des feuilles de route et des plans de travail
Éducation et ressources des secteurs	Éducation et formation des secteurs Conseils, cadres d'application, guides pratiques, études de cas, sondages et autres ressources, y compris la définition et l'analyse de rentabilité des entreprises à vocation sociale adaptées à leur secteur, ainsi que les raisons pour lesquelles le secteur devrait jouer un rôle
Activation des collectivités à vocation sociale	Plateforme nationale et autres ressources dans le but d'accroître le nombre de participants qui s'identifient comme des membres de la collectivité de la vocation sociale et qui deviennent des ambassadeurs et des champions Mise à jour de la carte de l'écosystème à vocation sociale de 2021 qui fournit des renseignements sur l'écosystème à vocation sociale émergent (cliquez ici) Sommet national pour rassembler, mobiliser et sensibiliser la collectivité en faveur de la vocation sociale
Communication avec diverses organisations des entreprises	Sensibilisation et mobilisation des associations de gens d'affaires qui représentent des entreprises dirigées par des personnes issues de la diversité
Études de cas sur l'impact social	Vidéos, balados et publications qui décrivent les stratégies liées aux facteurs sociaux et environnementaux, les initiatives et l'incidence des entreprises à vocation sociale qui incarnent leur raison d'être
Sondage de référence	Sondage national mené auprès des entreprises afin de déterminer la situation actuelle de l'adoption et de la mise en œuvre de la vocation sociale
Réseau des chefs de la direction	Réseau national de chefs de direction d'entreprises à vocation sociale qui agissent comme ambassadeurs et catalyseurs des entreprises à vocation sociale



Sensibilisation de la population canadienne	Campagne de sensibilisation du public aux entreprises canadiennes à vocation sociale
Plateforme de renforcement des capacités et de collaboration	Plateforme de renforcement des capacités, de jumelage et de collaboration pour les entreprises à vocation sociale et les partenaires de collaboration, y compris les partenaires à but non lucratif et autres
Rendement du capital investi (RCI) à vocation sociale	Étude longitudinale du RCI des entreprises à vocation sociale (par exemple, une analyse de rentabilité qui fait autorité pour qu'une entreprise devienne une entreprise à vocation sociale)
Évaluation de la vocation sociale	Évaluation annuelle des entreprises à vocation sociale en matière de gouvernance et de mise en œuvre de cette vocation (selon la première évaluation publiée par Corporate Knights)
Désignation de la vocation sociale	Programme d'études sur la vocation sociale et désignation pour les spécialistes de cette vocation, afin de certifier les conseillers et consultants concernés
Chaire d'une école de commerce à vocation sociale	Création d'une chaire à vocation sociale dans une école de commerce canadienne afin de mener des recherches, d'organiser des réunions, de fournir des ressources et d'offrir une formation sur cette vocation dans les entreprises

PROCHAINES ÉTAPES

En collaboration avec MaRS, le Canadian Purpose Economy Project a convenu d'entamer le processus visant à se mobiliser en faveur de l'écosystème canadien à vocation sociale. Au cours de 2023, il procédera au lancement d'un certain nombre de groupes et d'initiatives d'action à vocation sociale qui donneront le coup d'envoi à ce processus. Afin de poursuivre sur cette lancée, le Canadian Purpose Economy Project déterminera des bailleurs de fonds qui participeront au financement et à l'élaboration des projets.

Les progrès réalisés et les efforts déployés seront diffusés en ligne à l'adresse www.purposeeconomy.ca. Nous invitons les personnes intéressées à s'abonner aux mises à jour et à participer à ce mouvement.



Dans un esprit de collaboration, nous avons l'intention de faire progresser la vision de 25 % des entreprises qui comptent adopter et mettre en œuvre la vocation sociale d'ici 2030.

CONCLUSION

L'écosystème à vocation sociale n'en est qu'à ses débuts, mais des personnes et des organisations de premier plan sont au courant de la tendance des entreprises à vocation sociale et souhaitent jouer un rôle important pour l'accélérer. Elles partagent la vision selon laquelle les entreprises à vocation sociale deviennent la norme, ce qui permettra à ces entreprises de tirer parti de leurs actifs, de leurs ressources, de leurs relations, de leur influence, de leur portée et de leur envergure afin de relever les défis dont fait face le Canada. Elles estiment qu'il s'agit d'une évolution nécessaire pour assurer un avenir florissant pour tous. MaRS et le Canadian Purpose Economy Project partagent ce sentiment avec enthousiasme.



MaRS Discovery District est le plus important carrefour d'innovation urbain d'Amérique du Nord

Nous sommes un organisme à but non lucratif enregistré qui appuie les entreprises en démarrage et en expansion à fort potentiel de croissance en s'attaquant à des problèmes clés dans le domaine de la santé, des écotecnologies, des technologies financières et autres secteurs.

De plus, nous rassemblons tous les membres de l'écosystème technologique afin de favoriser des découvertes de pointe et la croissance de l'économie, tout en ayant un grand impact grâce à la résolution de problèmes réels s'appliquant à des personnes réelles, au Canada et ailleurs dans le monde.

MaRS Discovery District

101 rue College, Suite 401
Toronto, Ontario M5G 1L7

T: 416 673 8100

F: 416 673 8181

Pour plus d'information, visitez:
marsdd.com