



Une agence de publicité employant sept personnes, la seule à faire partie de la mission, représentait également le secteur des services. Il y a environ trois ans, Weis Advertising a commencé à vendre à des clients étrangers l'idée de produire des messages publicitaires au Canada. « Nous avons facilement réussi à amener à Toronto des clients de l'Europe, du Moyen-Orient et de l'Amérique latine pour produire des annonces télévisées », déclare Oscar Weis, né en Argentine. Depuis, il s'est constitué une impressionnante clientèle, parmi laquelle figurent notamment l'Office israélien du tourisme et les lignes aériennes nationales de l'Argentine.

Équipe Canada a permis aux gens d'affaires d'avoir un accès sans précédent aux dirigeants politiques ainsi qu'à des partenaires et à des acheteurs potentiels canadiens et latino-américains. On aperçoit ici Oscar Weis faisant la promotion de son agence de publicité en présence du premier ministre Jean Chrétien; de Peter Nygård, de Nygård International Ltd. (Winnipeg); des ministres argentins Paco Mayorga et Pablo Guzzan; de Ken Taylor, de Global Public Affairs, Inc.; et de Al Kilpatrick, d'Énergie atomique du Canada Limitée.

Équipe Canada apporte des solutions

très cher à produire au Brésil. Grâce à Équipe Canada, ils seront maintenant produits au Canada par Weis Advertising, ce qui créera de l'emploi pour les concepteurs, les artistes, les techniciens et les producteurs canadiens.

Selon ses propres paroles, M. Weis n'a gaspillé ni son temps ni ses efforts en participant à la mission d'Équipe Canada.

Au Brésil, M. Weis a rencontré Carlos Rocha, un propriétaire de 186 cinémas où chaque projection est précédée d'un message publicitaire. Or, ceux-ci coûtent

Au bon endroit *au* BON MOMENT

La préparation rapporte certes des dividendes, mais il faut aussi se trouver au bon endroit au bon moment, prêt à saisir les occasions inattendues.

Le cas de Philip Nelson, président de Canadian Aerospace Group Ltd. (Burlington), est typique à cet égard. M. Nelson avait organisé une rencontre de familiarisation avec une entreprise brésilienne, mais à sa grande surprise, cette dernière avait déjà entendu parler de son

groupe en raison de sa participation à la mission commerciale. « Ils ont fait venir leurs cadres supérieurs, et nous avons conclu l'entente là, sur place », dit-il en souriant. Une entente semblable et tout aussi inattendue était intervenue quelques jours plus tôt au Mexique avec une compagnie aérienne locale.

Par suite de ces deux ventes, l'entreprise s'attend à embaucher jusqu'à 300 nouveaux employés d'ici le mois d'avril.