

Pourquoi le Canada

La société mère de Hughes Aircraft du Canada Limitée a identifié le Canada comme un site propice à l'investissement pour plusieurs raisons. Selon M. Belcher, le siège social pense que le Canada possède une infrastructure et un environnement similaires à ceux des États-Unis du point de vue financier, technologique et culturel. La société mère ne voit pas de barrières linguistiques importantes et avoue que la devise canadienne lui est favorable. «Je leur dis : on fera tout ce que vous faites aux États-Unis tout en réduisant automatiquement les coûts de dix, vingt ou trente pour cent», explique M. Belcher. «Nous pouvons accéder à des marchés internationaux et nous avons aussi de meilleurs incitatifs fiscaux, sans oublier un nombre moins important de litiges».

Hughes aujourd'hui

Depuis son premier mandat lié à l'ATC, Hughes Canada continue d'en obtenir des nouveaux de sa société mère. Quoique certains mandats soient mondiaux, les filiales canadiennes sont souvent mandatées pour fournir le système de soutien à d'autres groupes au sein de la corporation Hughes. Selon M. Belcher, la crédibilité des filiales canadiennes de Hughes, développée au fil des ans par de bonnes performances, a encouragé la société mère à continuer de leur octroyer de nouveaux mandats. De plus, toutes les filiales de Hughes sont fortement incitées à poursuivre le développement de nouvelles lignes de produits. Pour cela, on leur demande seulement de présenter de bons plans d'affaires et d'adhérer à la mission de la

compagnie. La société mère invite ses filiales à être ouvertes à ce type d'occasion d'affaires.

«Être un pionnier signifie beaucoup plus que d'être le premier à pénétrer dans un nouveau territoire. Cela veut également dire qu'il faut relever le défi d'un nouvel environnement et créer quelque chose de nouveau. Un pionnier ouvre la voie pour que les autres puissent suivre. Et c'est le rôle qu'a joué la compagnie Hughes Aircraft pour plus d'un demi-siècle dans les domaines de l'aviation, des communications et de la technologie de l'espace», explique M. Belcher, qui appuie ses dires sur le Centre des technologies de l'information de Hughes, situé à Calgary. Pour aller au devant des défis posés par les problèmes liés à l'accès à l'information et à la distribution de celle-ci, ce centre de Hughes a conçu et implanté une technologie pour développer un réseau de soins de la santé en régions éloignées. Ce réseau relie des centres médicaux aux grands centres hospitaliers spécialisés.

La diminution des dépenses militaires représente une des réalités les plus difficiles auxquelles a été confrontée la compagnie. «Cette démarche a requis un changement important de stratégie, une certaine réalité budgétaire et un besoin compétitif de survie», indique M. Belcher. Hughes a eu besoin d'effectuer une restructuration de ses activités afin de pénétrer le marché commercial et de réduire ses frais généraux de deux milliards de dollars sur une période de deux ans. «Notre président du conseil d'administration, M. Michael Armstrong, a accompli cette restructuration en appliquant