

la technologie de Hughes à des fins commerciales et en réduisant le personnel de 30 000 personnes, depuis 1986, fermant ainsi plus de cent établissements. Cela veut dire que Hughes a dû prendre sa division de satellite de surveillance et la transférer dans le secteur commercial de communication». Hughes est maintenant propriétaire de 48 % de tous les transpondeurs pour satellites commerciaux et s'apprête à lancer un satellite de communications toutes les six semaines avec plusieurs années en attente.

Les Canadiens sont parmi les plus concurrentiels

«Notre maison mère nous perçoit comme une entité entrepreneuriale. On nous permet de fonctionner en tant qu'unité canadienne dans un environnement canadien, qui est moins restrictif que les autres. Cette situation

est pour moi un sérieux avantage», déclare M. Belcher. En raison du succès que Hughes connaît au Canada, la maison mère s'inspire de la filiale canadienne pour former les autres filiales à travers le monde.

Monsieur Belcher croit que les Canadiens ont la capacité et les compétences pour défier la concurrence internationale. Mais le problème selon lui, est qu'ils sont trop contents d'eux-mêmes. Il insiste sur ce fait : «Nous devons reconnaître nos forces pour pouvoir nous lancer sur le marché avec une bonne stratégie de marketing et en démontrant au reste du monde ce que nous sommes capables d'offrir. Notre image en tant que compagnie en pleine croissance, motivée par la poursuite de l'excellence, la satisfaction du client et la technologie, nous permet de conserver notre position de chef de file au Canada».