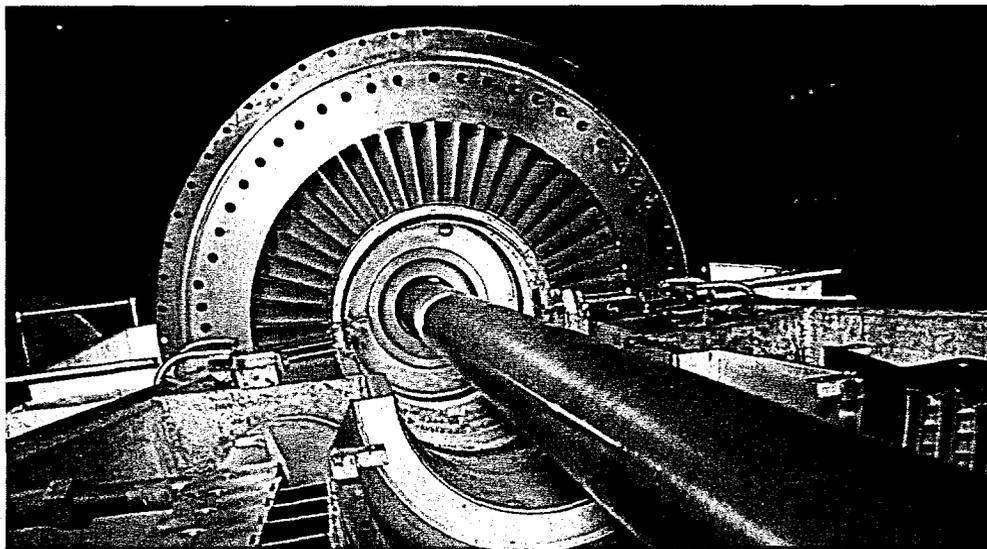


Depuis que Westinghouse a adopté l'approche du mandat d'exclusivité mondiale, les turbines à gaz et à vapeur sont au nombre des produits qui ont contribué à l'expansion de la compagnie sur les marchés étrangers.



Profil 3

Westinghouse Canada

Westinghouse Canada est devenue un nom bien familier dans ce pays. C'est une grande entreprise diversifiée et bien établie qui offre aux consommateurs comme aux industries des produits et des services électriques, électroniques et mécaniques. Avec ses quelque 5 200 employés, elle semble avoir la taille nécessaire pour affronter le marché international. Pourtant, en 1961, moins de 3 pour cent de ses ventes se faisaient à l'étranger.

Dans les années 70, Westinghouse Canada comprenant que nombre de ses produits avaient peu de possibilités de croissance au pays, a décidé que l'avenir se trouvait sur les marchés étrangers. Elle s'est donc donné une nouvelle mission corporative.

« Notre président, qui a récemment pris sa retraite, a énoncé la philosophie voulant que le Canada soit essentiellement une zone de fabrication à forts coûts et que, si nous voulons avoir du succès, nous devons apprendre à vivre sur les marchés étrangers, identifier les choses que nous pouvons faire bien et concurrentiellement, et nous concentrer là-dessus à l'étranger. Il s'était