

## Terray Corporation

\*\*\*\*\*

R.R. 2

Jackson Lane

Pine Grove Industrial Park

Amprior (Ontario)

K7S 3G8

Tél. : (613) 623-3310

Télé. : (613) 623-7681

Personne-ressource : M<sup>me</sup> Lisa M. Gauthier, responsable du marketing et des ventes

Terray Corporation a été créée en 1983 pour exercer des activités de recherche-développement dans le domaine de la bio-ingénierie. Cette entreprise a pour mission d'aider les orthopédistes en assurant la conception, la mise au point, la fabrication et le marketing d'implants orthopédiques et d'instruments simples et durables de qualité reposant sur des méthodes de bio-ingénierie éprouvées. La fiabilité, la facilité d'utilisation et le rapport coût-efficacité sont les grands principes qui régissent la conception de ses produits. Terray Corporation a obtenu beaucoup de succès avec les produits qu'elle a mis au point pour la colonne vertébrale et la hanche. Elle fabrique les plaques *CASP/CASF* pour les vertèbres lombaires et thoraciques. Ces systèmes servent à fixer certaines portions de la colonne vertébrale après une chirurgie au cours de laquelle ont été retirés un ou plusieurs corps vertébraux présentant une fracture ou une tumeur. Les plaques de fixation pour la hanche fabriquées par Terray Corporation ont pour objet de réduire considérablement les affections graves des articulations sacro-iliaques. Sa gamme de produits comprend notamment le *Surgical Rod Bender*, instrument qui sert à façonner une broche chirurgicale implantée au cours d'une chirurgie du dos, des canons de perçage et des vis chirurgicales. Terray Corporation a aussi mis au point un système pour la chirurgie du poignet.

Elle peut adapter ses produits aux besoins particuliers de ses clients et fournir sa documentation en langue étrangère. Terray exporte depuis 1984 dans le monde entier, notamment aux États-Unis, au Japon, en Chine, en Corée du Sud, en Arabie Saoudite, en Suède, au Danemark, en Norvège et en Espagne. Ce fabricant, dont les produits s'adaptent facilement de manière à respecter les normes étrangères (par exemple, celles de l'ISO), souhaite accroître ses ventes en Europe, en Asie, dans la région du Pacifique, au Moyen-Orient, au Mexique et en Amérique latine. Il envisage diverses possibilités : trouver des distributeurs qui sont spécialisés dans les créneaux visés et possèdent les ressources nécessaires pour faire le marketing de ses produits de manière efficace; établir des coentreprises; conclure des alliances stratégiques, des accords de licences portant sur de nouvelles technologies ou la fabrication de produits ou encore des ententes de financement.