

entreprendre la *mise au point des procédés de laboratoire*. Le but de cette opération est de choisir le procédé que nous pourrions utiliser industriellement. Il arrive souvent que des antiparasitaires prometteurs soient éliminés à ce stade parce qu'on ne trouve pas de moyen de les produire économiquement. Si cette opération est couronnée de succès, nous passons à la phase de *l'usine pilote*, au cours de laquelle nous évaluons le procédé devant être utilisé à l'échelle industrielle. A ce stade, nous pouvons fabriquer le produit en quantités nécessaires pour nous permettre des ventes expérimentales. Les chimistes de recherche de *Cyanamid* utilisent les diverses installations et le personnel de la compagnie là où ils sont disponibles. Cependant, un chimiste de recherche surveille toujours le travail effectué aux stades des échantillons pilote et de l'usine pilote.

Tableau 14

ÉVALUATION COMMERCIALE	
1.	ÉTUDE DU MARCHÉ
a)	DÉTERMINATION DE LA SUPERFICIE DES CULTURES OU DU CHEPTTEL ATTEINTS PAR LES PARASITES ET DÉTRUITS PAR LE PRODUIT
b)	MOYENS DE LUTTE PRÉSENTEMENT UTILISÉS CONTRE CES PARASITES
c)	S'IL N'EN EXISTE PAS, UN ANTIPARASITAIRE PEUT-IL ÊTRE VENDU AVEC SUCCÈS?
2.	MISE DE FONDS NÉCESSAIRE
3.	FRAIS DE FABRICATION ET DE SERVICE TECHNIQUE
4.	BREVETS
5.	FRAIS DE MISE AU POINT

Tableau 14—L'ÉVALUATION COMMERCIALE de la mise au point dans la pratique revient à la haute direction. Par suite, les frais encourus pendant cette phase ne sont pas indiqués. A ce stade, on fait également appel à des spécialistes en étude du marché et en brevets, mais leurs services varient tellement avec les produits qu'il est impossible d'en estimer le coût.

La première étape de l'évaluation commerciale d'un antiparasitaire consiste le plus souvent en une étude du marché. Il nous faut connaître la superficie des cultures ou le cheptel susceptibles d'être atteints par les parasites que détruit notre produit. Nous désirons savoir si des antiparasitaires sont actuellement en usage, si leur rendement est comparable à celui de notre produit, et à quel prix ils se vendent. De même, s'il n'existe aucun produit concurrent, nous voulons savoir si nous pouvons en vendre un avec succès.

C'est à ce moment que la haute direction entre en jeu. Elle désire connaître la mise de fonds exigée. Faudra-t-il une nouvelle usine, ou les installations existantes suffiront-elles? Il faut envisager les frais de fabrication et probablement le prix de vente, de même que les frais de service technique exigés pour les ventes prévues. Bien que les brevets soient généralement demandés avant l'expérimentation pratique, ils ne sont pas souvent accordés avant que le produit se trouve réellement sur le marché. Si la compagnie ne peut obtenir de brevet, elle peut être forcée de limiter ses efforts au cours des recherches ultérieures.

Les frais de mise au point sont passés périodiquement en revue. S'ils semblent excessifs par rapport aux bénéfices anticipés, la direction peut décider