

la stratégie à long terme envisage la création de nouveaux produits répondant aux besoins spécifiques des clients (hôpitaux et laboratoires) que ne parviennent pas à satisfaire les concurrents américains et étrangers.

En ce qui concerne cette stratégie, les efforts les plus importants doivent concerner les activités de R-D ainsi que l'extension possible de la capacité d'approvisionnement actuelle. Ceci oblige à tester encore les premiers concepts appliqués au marché américain. Une compagnie canadienne de commercialisation peut servir de véhicule efficace et faciliter le développement de la future implantation sur le marché des nouveaux produits.