

RÉSULTATS SPÉCIFIQUES

1. Composition, taille et expansion du marché

Une analyse des informations secondaires disponibles a également été effectuée afin de connaître le marché potentiel des produits de diagnostic et de laboratoire clinique aux États-Unis. Une attention particulière a été accordée aux produits de diagnostic appartenant aux catégories suivantes: chimie clinique, microbiologie-bactériologie, dosage radio immunologique (in vitro) et hématologie.

Les sources retenues ont indiqué une augmentation importante des ventes de produits de laboratoire aux États-Unis. En 1976, le volume total des ventes pour l'ensemble des produits de laboratoire s'élevait à \$1,35 milliard et, en 1978, à \$2,25 milliards. Cette augmentation de 68% des ventes fut attribuée à l'augmentation du nombre des épreuves en laboratoire, que l'on explique par la crainte des médecins face aux poursuites judiciaires, et par la nouvelle sophistication des instruments de laboratoire.

Le volume des ventes fut réparti entre les produits de diagnostic, les instruments, les appareils, les approvisionnements de laboratoire et les appareils d'informatique. La plus forte catégorie était celle des produits de diagnostic qui, en 1976, représentait \$553 millions. Ce volume s'élevait en 1978 à \$955 millions et il devrait dépasser \$2 milliards en 1984.

2. La concurrence

Les données secondaires que nous avons pu obtenir concernant le marché américain des approvisionnements des laboratoires cliniques indiquent que chaque catégorie particulière de produits suppose une activité de concurrence différente. En ce qui concerne les produits de chimie clinique, les deux leaders du marché (DuPont et Technicon) s'approprient entre 30 et 60% du marché, selon les produits (c'est-à-dire, selon qu'il s'agit de la chimie des enzymes, de la chimie classique, etc.). En ce qui concerne les produits de microbiologie-bactériologie, les leaders du marché varient selon les produits mais généralement les deux leaders se partagent 50 à 80% du marché. La plupart des produits d'hématologie sont vendus par Coulter, qui détient 65% du marché. Une concentration légèrement moins prononcée caractérise le marché des produits de dosage radio immunologique in vitro, où les deux grands leaders pour chacun des produits se partagent en moyenne 40% du marché. Les informations obtenues sur la concurrence propre aux produits de laboratoire clinique dans le Moyen-Atlantique permettent de penser que plus de 25 fournisseurs sont présents sur le marché, dont les plus importants sont les suivants: