

## ÊTES-VOUS PRÊT POUR CUBA? NELLE

---

Les renseignements fournis dans ce profil du marché cubain montrent clairement que, s'il y a de nombreuses possibilités à Cuba, ce n'est pas non plus un marché pour les sociétés qui ont peur du risque ou qui sont mal préparées. Ce marché évolue constamment. Pour l'essentiel, Cuba n'a pas les devises fortes nécessaires pour répondre à certains de ses besoins. Les entreprises canadiennes ne devraient pas songer à pénétrer ce marché cubain tant qu'elles n'ont pas trouvé de débouché solide pour leurs produits ou leurs services. Il ne suffit pas d'avoir de bonnes idées. Une entreprise canadienne doit avoir un produit, une technologie ou une façon de faire les choses qui ne peut pas être facilement copiée par les concurrents. Autrement, les dirigeants cubains demanderont à des concurrents latino-américains, européens ou asiatiques de leur fournir des devis complets pour le même produit ou la même idée.

La réglementation qui régit les nouvelles zones franches de Cuba est une des plus libérales d'Amérique latine et pratiquement tous les aspects de la création d'une coentreprise sont négociables. Les réductions d'impôt et les concessions ne suffisent toutefois pas à faire un plan d'affaires solide. Avant d'aller de l'avant, l'entreprise canadienne devra disposer d'une stratégie d'exportation bien conçue et avoir acquis une compréhension complète du milieu cubain des affaires. Elle doit également disposer des ressources qui lui permettront de rester sur le marché pendant une longue période parce qu'il faut parfois un an ou plus pour conclure un accord de coentreprise ou d'association économique. Il arrive même qu'il faille faire plusieurs voyages à Cuba pour organiser la livraison de marchandises en provenance de l'extérieur. Les entreprises devraient donc se demander attentivement si elles sont prêtes à engager les ressources nécessaires avant de se lancer sur ce marché et se poser les questions suivantes :

- ◆ **L'entreprise a-t-elle un produit ou un service concurrentiel ou unique?** Il y a de nombreuses façons d'être concurrentiel. Il peut s'agir d'un produit avec une part de marché importante au Canada ou ayant des applications uniques à Cuba.
- ◆ **Y a-t-il un «champion» au sein de la société qui fera la promotion de l'entreprise cubaine?** Il doit y avoir au moins une personne qui se consacre à Cuba, qui connaît bien le pays et qui est capable de tenir une conversation en espagnol. Cette