



En Islande, priorité au juste prix

Pas question de dépenser sans compter pour séduire un client ou un futur partenaire. En Islande, frugalité et modestie sont au menu des relations de business.

⇨ Par Nathalie Lorrain, directrice associée du cabinet de conseil itinéraires interculturels Illustration Diego Aranega pour Management

Pétur travaille pour un constructeur automobile dont il est le concessionnaire exclusif en Islande.

Lorsque son interlocuteur, au siège, lui a proposé de monter un événement à Reykjavik pour réunir ses meilleurs clients, Pétur n'a pas hésité à exprimer un refus sans appel. Rien d'étonnant à cette réponse cash : les Islandais apprécient le franc-parler. Mais pourquoi refuser d'organiser cette fête ?

L'explication

En réagissant de la sorte, Pétur a révélé un aspect très islandais de sa personne,

lié à un concept – *tima* – qui désigne le fait de «ne pas vouloir dépenser du temps et de l'argent même si on en a les moyens». Les Islandais, influencés par les Eglises luthériennes, privilégient en effet un mode de vie sobre et sans artifice. Ils préfèrent ainsi dépenser leur argent pour satisfaire des besoins «primaires». Simplicité, sobriété, frugalité et austérité sont les maîtres mots de leur culture : on consomme sans extravagance et sans excès, d'autant que le coût de la vie est élevé. Il est difficilement concevable pour eux de payer pour des événements dont

le retour sur investissement ne paraît pas absolument évident.

En pratique

En Islande, comme dans la plupart des pays scandinaves, ce sont la confiance dans la qualité des produits et le respect des engagements contractuels qui forgeront une bonne relation d'affaires. Inutile de vouloir en mettre plein la vue à vos partenaires, oubliez les soirées fastueuses et la tournée des grands-ducs : cela leur laisserait penser que vous dilapidez votre argent pour des futilités. Privilégiez au contraire des réunions simples et conviviales. *

/•/ Leasing version moyen-orientale. La charia ou loi islamique interdit de pratiquer le prêt à intérêt. De nombreuses banques ont ainsi développé le *murâbaha*, ou «profit consenti», qui permet d'acquérir un bien, souvent une voiture, sans avoir à contracter un emprunt à intérêt. La banque ou l'organisme de crédit reste le propriétaire du bien et facture des loyers à l'utilisateur.

/•/ L'addition à la néerlandaise. Aux Pays-Bas, hors de question de diviser l'addition par le nombre de convives. Il est d'usage que chacun paie ce qu'il a commandé et consommé. Ni plus, ni moins. Bien avant les Français, les Néerlandais ont ainsi utilisé des applications – comme *Going Dutch* – qui facilitent le règlement d'un repas à plusieurs au restaurant.