

## **Les clients de la MCB se tournent de plus en plus vers les paiements digitaux**

- Les paiements sans contact augmentent de 150%
- Le e-commerce local en hausse de 55%
- 4 heureux gagnants pourront se rendre à la coupe du monde de football avec leurs cartes MCB Visa

**Port-Louis, 28 juillet 2022 :** La tendance vers les modes de paiements digitaux s'accroît, ce qui confirme un basculement progressif vers le *cashlite*. Principale conséquence des confinements dus à la pandémie de la Covid-19 et des restrictions sanitaires, un nombre croissant de clients de la MCB se sont tournés vers ces méthodes alternatives au cash. Stéphanie Ng Tseung, Head of Payments de la MCB a animé ce jeudi 28 juillet une conférence de presse pour se pencher sur ces tendances et comment la banque accompagne ce changement de paradigme.

### **Le cash en perte de vitesse**

Premier constat : le cash (qui comprend les retraits aux guichets automatiques ou encore les paiements en espèces) perd graduellement de son attrait face aux modes de paiements digitaux (paiements aux terminaux de vente, MCB Juice et Internet Banking). Ainsi, pour l'année financière 2021, le ratio d'utilisation du cash des clients de la MCB face au digital était à parité, soit de 50%. Ce qui représente un shift significatif comparativement à la période pré-pandémie. Lors de l'année financière 2019, par exemple, le cash était toujours privilégié à 65% face au digital et à 57% pour l'année financière 2020.

Dans cette même foulée, les paiements sans contacts ont connu un accroissement exponentiel depuis la pandémie de la Covid-19. Ainsi pour l'année financière 2022, en glissement annuel, les paiements sans contact ont augmenté de 150%.

### **L'e-commerce poursuit sa croissance**

Le e-commerce connaît également, un engouement accru des clients de la banque. Sur le plan local, une augmentation de l'ordre de 55% a été notée pour l'année financière 2022, en glissement annuel.

### **Les touristes sont de retour**

Avec la réouverture des frontières, les touristes sont de retour à Maurice, ce qui se répercute sur les transactions effectuées par ces derniers. Ainsi, pour le premier semestre de cette année une hausse de 23% (comparé à la période janvier à juin

2019) des transactions des touristes sur les terminaux de paiement de la MCB a été notée. Ces touristes viennent principalement de France, du Royaume Uni, d'Allemagne et d'Afrique du Sud.

### **La Coupe du Monde au Qatar grâce à VISA et la MCB**

Stéphanie Ng Tseung a aussi profité de la conférence de presse pour donner le coup d'envoi de la campagne promotionnelle MCB / Visa dans le cadre de la Coupe du monde de football au Qatar. Elle était, à cette occasion accompagnée de Fabrice Konan, Country Manager et Senior Director de VISA pour l'océan Indien, Djibouti et l'Afrique subsaharienne.

La campagne en partenariat avec Visa, est valable du 1<sup>er</sup> août au 15 octobre 2022. Les périodes promotionnelles se feront en deux phases. La phase une se tiendra du 1<sup>er</sup> août au 30 septembre 2022 et la phase deux du 1<sup>er</sup> août au 15 octobre 2022. Le gagnant de la première phase remportera un forfait pour deux personnes pour assister au match d'ouverture, Qatar vs Équateur le 21 novembre (incluant la cérémonie d'ouverture) et au match Argentine vs Arabie Saoudite, le 22 novembre.

Le gagnant de la phase deux remportera un forfait pour deux personnes pour assister au match de la 3<sup>ème</sup> place, le 17 décembre, et le lendemain, à la grande finale de la Coupe du Monde. L'offre est ouverte uniquement aux détenteurs des cartes MCB Visa. Une entrée sera comptabilisée pour chaque montant cumulée de Rs 2,000 lors des transactions effectuées avec les cartes éligibles. Deux clients de MCB Seychelles et de MCB Madagascar bénéficieront aussi de cette campagne promotionnelle.

### **Compensation carbone**

Par ailleurs, la MCB a décidé de compenser la totalité des émissions que généreront les déplacements par avion des huit clients (quatre de Maurice, deux des Seychelles et deux de Madagascar). Ces déplacements par avion représentent près de sept tonnes d'émissions en CO2. Dans cette optique, la MCB compensera ces émissions à travers l'achat de crédits carbone sur sa plateforme « klima neutral », accessible à l'URL klima.mu.

Commentant l'évolution des méthodes de paiements, Stéphanie Ng Tseung, Head of Payments de la MCB explique : « *Les modes de paiements digitaux entrent, de plus en plus, dans les mœurs de nos clients ce qui constitue une évolution intéressante vers le cashlite que nous accompagnons depuis plusieurs années maintenant. A la MCB, nous travaillons pour encadrer une tendance qui est appelée à prendre de l'ampleur en fournissant des produits adaptés et un écosystème sécurisé et rapide* ». En ce qu'il s'agit de la campagne MCB et Visa pour la Coupe du monde, Stéphanie Ng



Tseung souligne : « *Le partenariat entre la MCB et Visa permettra à quatre heureux gagnants de Maurice, deux gagnants des Seychelles et de Madagascar de se rendre à la Coupe du monde de football au Qatar et prendront ainsi part à une célébration mondiale. Je suis heureuse de ce partenariat avec Visa qui est appelée à se renforcer* ».

**Contact:**

Gilles Martial

Internal Communication and PR Manager

Marketing and Communication SBU

Direct line: +230 202 6357

E-mail: [gilles.martial@mcb.mu](mailto:gilles.martial@mcb.mu)

The Mauritius Commercial Bank Ltd.

9-15 Sir William Newton Street, Port Louis, Republic of Mauritius T: +230 202 5000 F: +230 208 7054 E: [contact@mcb.mu](mailto:contact@mcb.mu)  
SWIFT Code MCBLMUMU BRN: C07000934 [mcb.mu](http://mcb.mu)



**The Mauritius Commercial Bank Ltd.**

9-15 Sir William Newton Street, Port Louis, Republic of Mauritius T: +230 202 5000 F: +230 208 7054 E: [contact@mcb.mu](mailto:contact@mcb.mu)  
SWIFT Code MCBLMUMU BRN: C07000934 [mcb.mu](http://mcb.mu)