

Les paiements digitaux ont la côte chez les clients de la MCB

- Noël et Black Friday : Près de Rs 3 milliards (+21%) et Rs 2 milliards (+56%) en transactions *cashless*
- Augmentation de 100% des transactions par Code QR
- Fêtes de fin d'année : les paiements digitaux en hausse de 10%

Port Louis, ce 9 janvier 2025 : Les clients de la MCB utilisent davantage les paiements digitaux. Ces derniers se tournent, en effet, vers les diverses alternatives qu'offrent la banque au lieu du cash. Ce mouvement vers le *cashlite* s'est intensifié durant l'année 2024, avec une tendance plus prononcée durant la période festive et pour le *Black Friday*. Pour ce dernier, le nombre de transactions enregistré reflète une hausse de 56% témoignant ainsi de l'intérêt grandissant pour ce phénomène commercial. A titre de comparaison, la hausse pendant la période de Noël est de l'ordre de 21%. Ces données indiquent clairement l'engouement des Mauriciens pour les solutions digitales de paiements.

Transactions digitales : des chiffres éloquentes

Ainsi, en 2024, une hausse globale de 13% des transactions digitales a été notée, alors que 94 000 clients supplémentaires de la banque ont opté pour ces modes de paiements. Autre enseignement important des chiffres enregistrés : l'usage des paiements sans contact est désormais plus prisé, avec une majoration de 19% en 2024. Les paiements à travers les Codes QR connaissent aussi, pour leur part, une croissance exponentielle, soit de 100% au courant de l'année dernière.

Le *Black Friday* et la Noël très prisés

Du 1^{er} novembre au 31 décembre, les *peaks* d'achats, plus particulièrement via cartes bancaires et Code QR, ont été enregistrés le 29 novembre, jour du *Black Friday* et le 24 décembre pour la fête de Noël. Plus spécifiquement, une hausse de 56% des transactions a été notée pour le *Black Friday*, pour un total de 355,000 transactions. En ce qu'il s'agit des achats de Noël, les clients de la MCB ont effectué 380,000 et 414,000 transactions les 21 et 24 décembre, ce qui représentent des hausses de 39% et 29% par rapport aux mêmes dates en 2023.

Vêtements et voyages

Pour le *Black Friday* 2024, le ticket moyen (achat moyen par client) d'une transaction digitale des clients de la MCB, s'élève à Rs 1,900. Bien que les achats ont été majoritairement effectués dans des lieux de vente physiques, les transactions en ligne, à cette occasion ont, pour leur part crû de 113%, avec une écrasante majorité des achats (87%) ayant été effectués à l'étranger, avec en tête, les plateformes chinoises telles que Temu et Ali Express.

Les restaurants font recette

A l'occasion de la fête de Noël, les clients de la MCB ont acheté pour un total de Rs 2,9 milliards par le biais de moyens *cashless*. Durant cette période, le ticket moyen a été de l'ordre

MCB Group Ltd

9-15, Sir William Newton Street, Port Louis, Republic of Mauritius (GMT +4)

T: +230 202 5000 | E: media@mcb.mu

mcb.mu

de Rs 1,800. Les secteurs ayant connu les croissances les plus prononcées sont les restaurants (+27%), la vente de vêtements (+23%), les produits d'aménagement de la maison (+20) et les courses en supermarchés et autres boutiques (+12%).

Le tourisme pas en reste

Pour ce qui est des voyages, les clients de la MCB ont privilégié les Emirats Arabes Unis, l'Inde, la France, l'Afrique du Sud et le Royaume Uni. Ces clients ont dépensé majoritairement pour les paiements d'hôtels, les soins médicaux, l'achat d'appareils électroniques et les vêtements. S'agissant des touristes ayant visité Maurice et ayant opté pour des modes de paiements de la MCB, ils viennent principalement de France, du Royaume Uni, de l'Allemagne et des Etats Unis. Ces derniers ont dépensé, majoritairement en supermarchés, dans des restaurants, dans des hôtels et pour l'achat de vêtements.

Stephanie Ng Tseung, Head of Payments de la MCB, commentant ces chiffres, explique : *« 2024 a confirmé une tendance que nous constatons depuis plusieurs années au niveau de la MCB : le basculement progressif de l'utilisation du cash vers des modes de paiements alternatifs, en l'occurrence vers le cashlite. A la MCB, nous accompagnons et soutenons depuis plusieurs années cette évolution, tant au niveau de l'utilisation ainsi que l'acceptation des paiements digitaux, notamment auprès des PME. Ce mouvement va en s'accéléralant et semble bien irréversible ».*

Cette dernière poursuit en mettant en relief les options de paiements digitaux, permettant plus de flexibilité : *« Nous mettons aujourd'hui à la disposition de nos clients une panoplie de solutions digitales ; les cartes bancaires, l'appli Juice, les paiements sans contact ou encore les paiements à travers le MAUCAS QR interopérable. Nous avons aussi récemment lancé Juice Tap, qui permet à travers l'appli MCB Juice, d'effectuer des paiements en approchant un mobile d'un terminal de paiement. Tout cet écosystème nous permet aujourd'hui de nous positionner comme une banque innovante en matière de paiements ».*

Gilles Martial

**Manager, Internal Communication & Press
Relations**

Communication & Engagement BU |
Sustainability, Reputation & Engagement SBU

Direct line: **+230 202 6357**

E-mail: gilles.martial@mcb.mu

MCB Group Ltd

9-15, Sir William Newton Street, Port Louis, Republic of Mauritius (GMT +4)

T: +230 202 5000 | E: media@mcb.mu

mcb.mu