

MARCHÉ DES CARTES LA DÉMATÉRIALISATION ENCLENCHÉE

LA CARTE, QU'ELLE SOIT DE PAIEMENT OU DE FIDÉLITÉ, SE DÉMATÉRIALISE PROGRESSIVEMENT : OPTION CONTACTLESS, INTÉGRATION DANS LE SMARTPHONE, UTILISATION EN LIGNE, ENTRE AUTRES. SI L'INTÉGRATION DE LA TECHNOLOGIE EN EST LA CAUSE PRINCIPALE, LA CRISE SANITAIRE A FAIT ACCELERER LE PROCESSUS ET SON ACCEPTATION PAR UNE LARGE FRANGE DE LA POPULATION.

Reecha RAMOO

PETIT OBJET pratique qui nous accompagne au quotidien, la carte a vu son utilisation et son importance se démultiplier ces dernières années. Il n'y a qu'à comparer le nombre de cartes de débit et de crédit en circulation en janvier 2016 (1 678 653) à celui en août 2020 (1 878 063) – une augmentation de 11 % en quatre ans – pour s'en convaincre. Ces chiffres puisés des statistiques de la Banque de Maurice montrent également que le nombre de transactions ATM a augmenté de 28 % au cours de la même période ainsi que le nombre de paiements mobiles (+ 68 %).

Pour la majorité des opérateurs évoluant dans le secteur, cette augmentation est liée aux différentes évolutions au niveau de la carte mais aussi en termes de fonctionnalités. «Les cartes de paiement et de crédit ont envahi les marchés mondiaux. Elles ont évolué au fil du temps, devenant un produit

incontournable dans les années 90», souligne Belinda Teeroovengadam Ramtohol, Marketing and Communications Manager de Vivo Energy Mauritius.

Et c'est le même son de cloche à AfrAsia Bank. «Au départ, la carte était utilisée uniquement pour retirer de l'argent d'un guichet automatique. Au fil des années, les banques ont innové et amélioré les fonctionnalités et la capacité de la carte, qui est devenue une solution de paiement pour l'achat de biens et services auprès des commerçants, et même en ligne», explique Nantes Lavin, son Head of Cards. Il note qu'il y a eu de gros investissements dans les fonctions de sécurité : dans les puces, les pins ou encore le 3-D Secure (protocole conçu pour être une couche de sécurité supplémentaire pour les transactions en ligne par carte de crédit ou de débit). Ces changements ont permis de rassurer

les clients quant à l'utilisation de la carte comme moyen de paiement préféré et sécurisé.

ACCENT SUR LA SÉCURITÉ

La sécurité des transactions par carte est un enjeu majeur car elles peuvent faire l'objet d'actes malveillants dans le but d'intercepter les données lors des transferts afin de pirater les comptes bancaires. Belinda Teeroovengadam Ramtohol rappelle à cet effet qu'il est important de s'assurer que les paiements par carte sont fiables et que des contrôles appropriés sont mis en place pour authentifier la transaction lors de l'utilisation de la carte par le client. Une fois ce dernier rassuré par la sécurité des transactions par carte, les paiements par chèque et en espèces deviendront obsolètes d'eux-mêmes. «Cette transition est inévitable et certains pays ont déjà mis fin aux paiements par chèque. Bientôt la nouvelle génération adoptera les nouvelles technologies comme solutions de paiement», prévoit-elle. Nantes Lavin fait remarquer qu'avec la pandémie Covid-19, les transactions e-commerce sont en

essor, tout comme les tentatives de fraude. Les banques sont ainsi constamment amenées à renforcer leurs systèmes de sécurité, tout en faisant évoluer leurs versions de 3-D Secure vers la dernière mouture, tout en ajoutant la possibilité pour le client d'autoriser des transactions en utilisant la biométrie et l'OTP (One Time Password) dynamique.

Les banques doivent parallèlement investir dans des systèmes de détection de fraude en temps réel, qui utilisent l'intelligence artificielle pour aider à la détection précoce des transactions frauduleuses. En outre, elles doivent s'assurer que les données personnelles des clients sont correctement stockées, conformément aux normes PCI-DSS en place et ISO 27001. Elles encouragent de plus en plus l'utilisation du paiement sans

contact car la transmission des données est cryptée. «AfrAsia Bank a investi dans diverses fonctionnalités de sécurité pour protéger les titulaires de nos cartes. En leur donnant également la possibilité de bloquer leur carte lorsqu'ils estiment que sa sécurité est compromise», précise-t-il.

TRANSITION VERS LE CONTACTLESS

«Aujourd'hui, l'heure du changement est au contactless», indique Belinda Teeroovengadam Ramtohol. En effet, l'objectif de Visa et de MasterCard est la mise en place de terminaux sans contact par les banques d'affaires à Maurice dans le but de contenir la propagation du nouveau coronavirus et de sécuriser davantage les transactions au moyen de la carte bancaire. Nantes Lavin constate que cette initiative a été élargie et acceptée positivement et à ce stade, les systèmes exigent aux banques émettrices de fournir des cartes sans contact. «L'accent doit désormais être mis sur la manière d'aider les clients à adopter cette méthode comme moyen de paiement sécurisé et pratique. En conséquence, les banques d'affaires doivent se concentrer surtout sur la formation et la sensibilisation des commerçants pour accélérer l'utilisation

des paiements sans contact», soutient-il.

Belinda Teeroovengadam Ramtohol, pour sa part, explique qu'à travers le réseau Shell, les clients n'ont plus besoin de retirer les billets de banque ou de saisir leur code PIN pour faire le plein car le système de paiement sans contact a été introduit depuis juin. «Ce nouveau mode de paiement touche la majorité des 50 stations-service du réseau Shell à Maurice. Pour cette innovation, nous travaillons avec la plateforme Touch & Pay de la MCB dont bénéficient les utilisateurs de la carte de débit MasterCard. Il suffit de valider le montant composé en approchant la carte de l'emplacement du terminal indiqué par le pictogramme d'ondes Wi-Fi», explique-t-elle, avant de poursuivre : «La fonction sans contact est possible pour tout achat plafonné à Rs 2 500. Le paiement sans contact peut être utilisé, non seulement pour le plein de carburant, mais aussi pour tout achat de produits de la vie quotidienne disponibles aux stations-service Shell. Nous proposons aussi aux clients de régler les achats par myt money». Cependant, elle estime également qu'il faudra du temps aux utilisateurs pour adopter pleinement ce mode de paiement et que la formation est essentielle dans cette transition.



CARTE CADEAU ET DE FIDÉLITÉ : UNE OPTION INTÉGRANTE PENDANT LA SAISON FESTIVE

L'utilisation des cartes n'est guère limitée au circuit bancaire et comme solution de paiement. Aujourd'hui, il y a une prise de conscience croissante entourant l'utilisation des cartes de fidélité, que ce soit au niveau de l'entreprise ou de l'utilisateur. «On commence à mieux comprendre le concept de fidélisation qui est devenu un outil d'importance capitale pour la rétention de la clientèle. Les gérants d'entreprises réalisent de plus en plus que c'est plus facile de perdre un client que de le retenir. D'où la demande grandissante pour les systèmes et cartes de fidélité», évoque Mario Ah Tiane, le directeur exécutif d'Ecostar.

Emilie Foret, Responsable Marketing & Communication d'Exotic Group, constate que depuis le lancement de leur communication massive autour de la carte cadeau Body & Soul, cinq ans de cela, il y a un intérêt grandissant de la part des Mauriciens pour ce type de cadeau. «Ses aspects pratiques sont de plus en plus connus et il est évident qu'après année, on constate une augmentation des ventes, principalement pendant la période des fêtes. Ces cartes, qui permettent de choisir ce que l'on veut en magasin, sont très appréciées, autant par ceux qui les offrent que par ceux qui les reçoivent», explique-t-elle.

LA CARTE EN PLASTIQUE BIEN QUE DISPONIBLE VIRTUELLEMENT PAS PRÈS DE DISPARAÎTRE



LES SYSTÈMES de cartes et de paiement, ainsi que les systèmes de fidélité, sont en constante évolution et cela ne compte pas s'arrêter là. Nantes Lavin a remarqué à la suite de l'introduction de MauCAS (Mauritius Central Automated Switch) par la Banque de Maurice, une accélération de la réduction de l'émission de chèques et prévoit celle des billets dans les années à venir. Cependant, il faudra un effort concerté dans l'ensemble du secteur bancaire pour aider les clients à se tourner vers d'autres méthodes de paiement telles que le TEF (transfert électronique de fonds), les paiements et les services à valeur ajoutée via des cartes, des téléphones mobiles et d'autres canaux innovants.

Cependant, Belinda Teeroovengadam Ramtohol soutient que l'avenir de la carte réside dans sa dématérialisation dans le cadre d'une intégration avec le téléphone mobile. «Les clients commenceront bientôt à parler de cartes virtuelles stockées dans le Smartphone. Les cartes physiques seront progressivement remplacées par un mode de paiement sans carte», prédit-elle. De plus, consciente du fait que le client peut se sentir dépassé s'il y a trop de cartes en sa possession, elle songe à une nouvelle stratégie qui consiste à concevoir des programmes de fidélité ou des coalitions pouvant réunir plusieurs partenaires pour attirer une clientèle spécifique.

Pourtant, Mario Ah Tiane insiste sur le fait que la carte en plastique n'est pas près de disparaître. «Il ne faut pas oublier qu'on se sert aussi d'une carte comme un symbole de privilège. Une carte peut faire sentir à un client qu'il est spécial alors qu'un Smartphone peut tomber en panne ou être à court de batterie n'importe quand. Par contre, une carte en plastique ne vous laissera jamais tomber à un moment critique», souligne-t-il. Les mêmes propos

sont soutenus par Nantes Lavin, qui indique que de nombreuses nouvelles technologies de paiement telles que Samsung Pay, Apple Pay et Google Pay ont leur propre écosystème de paiement sans contact dans lequel il suffit de télécharger l'application, d'ajouter les détails de la carte et de passer simplement le téléphone au lecteur pour que la transaction soit effectuée.

«Pour que ce système fonctionne dans le monde entier, l'interopérabilité, qui est l'acceptation, est nécessaire. Certains pays transforment leurs systèmes de paiement pour s'adapter à ces changements, bien que certains soient plus lents que d'autres. Néanmoins, les cartes seront toujours utilisées car un accès au Wi-Fi n'est pas disponible partout tandis que le manque de structures entravera toujours l'utilisation des paiements mobiles et numériques et par conséquent la carte sera à nouveau présentée comme un moyen de paiement incontournable», observe-t-il cependant.

Malgré cela, Nantes Lavin reste positif qu'en combinant une carte de récompense et une vraie carte transactionnelle, le produit sera l'avenir car il deviendra un instrument de paiement plutôt qu'une carte qui se trouve au dos du portefeuille et que l'on oublie souvent d'utiliser pour obtenir des récompenses. «Si les cartes de fidélité sont intégrées à une carte bancaire transactionnelle, cela accélérera l'utilisation du sans contact car l'infrastructure dans laquelle les banques ont investi leur permettra de le faire. Cela pourra aussi conduire à une augmentation de 'co-brand ventures' entre les entreprises et les banques ainsi que les programmes de fidélisation pour apporter une valeur mutuellement bénéfique aux deux parties et surtout la fidélité des clients. De plus, ce sera tout autour de la commodité et rendra les paiements plus conviviaux», conclut-il.

AFRASIA BANK

Des cartes haut de gamme pour une clientèle internationale

AVEC UNE clientèle sophistiquée présente dans plus de 160 pays, AfrAsia Bank vise à offrir à cette dernière un service de cartes bancaires à la hauteur de leurs attentes. Dans l'élaboration de ses produits, la banque met l'accent sur la sécurité et le service.

Fondée en 2007, AfrAsia Bank propose une sélection de cartes de crédit et de cartes prépayées qui couvre tous les besoins, notamment, avec la World MasterCard Credit Card, la Titanium MasterCard Credit Card et la VISA Platinum Prepaid Card. Chaque carte est axée essentiellement sur le style de vie de ses clients et offre des avantages exclusifs tels que leur programme de fidélité XtraMiles, disponible en ligne et sur mobile, donnant l'opportunité à ses clients



Nantes Lavin (Head of Cards)

d'échanger des points contre des bénéfices. «À travers notre plateforme, les clients peuvent accéder à un éventail de partenaires lors de leurs voyages, soit un réseau de 800 compagnies aériennes, 200 000

hôtels et 45 000 sociétés de location de voitures à travers le monde», déclare Nantes Lavin, Head of Cards.

Les cartes d'AfrAsia Bank répondent aux besoins d'une

clientèle qui généralement voyage beaucoup. En outre, elles englobent l'accès à 1 100 salons d'aéroports, une assurance voyage et des garanties prolongées pour une meilleure protection des achats. Aussi, la banque négocie des offres de réduction exclusives pour leurs clients chez les partenaires haut de gamme. Pour contrer la hausse des attaques frauduleuses, AfrAsia Bank continue d'investir dans divers dispositifs de sécurité pour protéger ses détenteurs de cartes et leur donner la possibilité de bloquer eux-mêmes leurs cartes lorsqu'ils estiment que la sécurité a été compromise. L'objectif est de leur donner le sentiment d'indépendance et de confiance lors de leur utilisation.