

Percy Philips, Head of Retail Banking à la SBM Bank (Mauritius) Ltd

« L'innovation bancaire n'est pas liée seulement à la technologie »

La SBM Bank (Mauritius) Ltd vient de lancer une nouvelle campagne pour les jeunes de 18 ans. Il s'agit d'une offre spéciale comprenant plusieurs facilités pour les Mauriciens nés en 2005. Percy Philips, Head of Retail Banking, nous en parle, et évoque les différentes innovations qui ont jalonné l'histoire de la SBM, qui fête cette année ses 50 ans d'opération à Maurice.

> La SBM vient de lancer une offre conçue spécifiquement pour les jeunes. Comment cette mesure est-elle différente du prêt d'étude que propose déjà la banque ?

Cette offre a été conçue spécifiquement pour les jeunes nés en 2005, soit ceux qui ont déjà fêté leurs 18 ans ou qui vont avoir 18 ans cette année. Il s'agit d'un pack comprenant plusieurs avantages dont le client peut bénéficier quand il ouvre un compte à la SBM. C'est un moyen pour nous de guider les jeunes afin qu'ils puissent réaliser leur indépendance financière, notamment en capitalisant sur l'Independence Allowance de Rs 20 000 annoncée dans le budget 2023-2024. L'offre destinée aux jeunes de 18 ans comprend, notamment, des taux d'intérêt compétitifs sur le prêt-études SBM Achiever ainsi que remises exclusives sur les prêts de microfinance, ainsi qu'un atelier de formation gratuit en entrepreneuriat. L'atelier de formation a pour but d'expliquer aux jeunes les rudiments de l'entrepreneuriat. Vous savez, il est parfois compliqué de comprendre les étapes pour démarrer une entreprise, et cette formation servira justement à montrer aux jeunes le parcours pour devenir entrepreneurs, quel que soit le domaine d'activités qu'ils auront choisi. Nous avons fait appel à une entreprise spécialisée dans la formation à l'entrepreneuriat pour animer cet atelier qui sera organisé par la SBM Academy. Ces caractéristiques en font un produit unique sur le marché et soulignent la volonté de la SBM de miser sur l'innovation. On a tendance à se focaliser sur les avancées technologiques quand on évoque l'innovation, mais il ne faut pas plus négliger l'aspect produit et l'accompagnement des clients en fonction de leurs besoins et de leurs attentes.

> Comment se porte la demande pour le 'personal loan' par rapport aux deux précédentes années ?

Nous n'avons noté aucune baisse en termes du nombre de demandes pour le 'Personal Loan' au niveau de la SBM. C'est une catégorie de prêts auxquels les gens souscrivent pour des projets immédiats ou sur le court terme comme un voyage, un mariage, voire un imprévu de nature médicale, ce qui fait que les gens sont toujours en quête de ce type d'emprunts qui sont souvent proposés sans garantie.



> La hausse du Key Rate suivi par des augmentations sur le taux d'intérêt a-t-il eu un impact sur la solvabilité des potentiels emprunteurs ?

Il est vrai que certains emprunteurs ont fait face à certaines difficultés suivant les hausses du taux directeur. Au niveau de la SBM, nous avons mis en place un mécanisme pour aider les clients ayant rencontré des difficultés à honorer leurs engagements financiers. Cela s'est fait au cas par cas avec, notamment, le rééchelonnement des remboursements sur certains prêts.

> La Réserve Fédérale Américaine (FED) a augmenté son principal taux directeur récemment et devrait encore l'augmenter en septembre prochain. La politique monétaire de la Banque de Maurice suit normalement la même tendance. Quelles seront les répercussions d'une éventuelle hausse du Key Rate du MPC ?

Tout comme la FED, la Bank of England a aussi augmenté son taux directeur. Ces deux entités ont un effet sur la politique monétaire mondiale et par conséquent, leurs décisions peuvent influencer la politique monétaire locale. Une augmentation du Key Rate de la Banque de Maurice entraînerait éventuellement une

hausse des Prime Lending Rates quoique les banques commerciales coopèrent pour minimiser l'impact sur le taux d'emprunt afin de réduire l'effet inflationniste et de limiter l'effet domino sur l'augmentation des prix en général, notamment les coûts de construction.

> Que pensez-vous du Monthly Home Loan Allowance annoncé dans le Budget 2023/2024. Dans quelle mesure cela apportera un soulagement aux emprunteurs ?

Je pense que toute mesure d'accompagnement est la bienvenue. Dans un passé récent, en pleine pandémie de Covid-19, les autorités avaient mis en place plusieurs mesures pour soulager les ménages et les entreprises, et, à la SBM, nous sommes assurés de mettre en place ces mesures en tant que banque qui a toujours pleinement participé au développement socio-économique de nos concitoyens. La 'Monthly Home Loan Allowance' permettra de soulager quelque peu les emprunteurs, en particulier ceux ayant des revenus moyens.

> Au vu de l'ampleur de l'internet banking à Maurice, pensez-vous que certains frais bancaires pour les services les plus utilisés doivent être revus à la baisse ?

« La SBM est la première banque du pays à avoir mis sur le marché les cartes bancaires à puce »

Cela fait plus de 20 ans déjà que la SBM est entrée de plain-pied dans cette mouvance, avec le lancement en 1999 de SBMNET, qui fut le tout premier service de banque par Internet à Maurice. Je dirais que l'Internet Banking est un complément aux services bancaires traditionnels qui est appelé à devenir incontournable dans les prochaines années. Pour ce qui est des frais sur les services les plus utilisés, du point de vue du client, il en existe de moins en moins. D'ailleurs, la plupart des transactions bancaires numériques sont gratuites et la question de 'service charges' n'est plus d'actualité dans de nombreux cas.

> Quels sont les projets futurs attendus de la banque d'ici la fin de l'année ?

La SBM fête cette année ses 50 ans d'opération à Maurice et nous avons toujours suivi les évolutions qui caractérisent le marché bancaire au niveau international. Nous avons d'ailleurs amené beaucoup de ces innovations à nos clients. Nous sommes aussi la première banque du pays à avoir mis sur le marché les cartes bancaires à puce et nos équipes travaillent en ce moment même sur divers projets liés au numérique, notamment, que nous dévoilerons dans les prochains mois. En parallèle, nous poursuivons notre stratégie d'offrir des produits et services adaptés aux nouvelles attentes de notre clientèle. Nous avons, à titre d'exemple, lancé un 'Eco Auto Lease' en 2022 pour l'achat de véhicules hybrides ou électriques, et nous allons continuer à sonder le marché afin de concevoir des produits et services qui correspondent le mieux aux besoins actuels et futurs.

Propos recueillis par
Leena Gooraya-Poligadoo
l.gooraya@defimedia.info