



## Dématérialisation des documents des ménages

Cadre de restitution : Programme Local de Prévention

### CARTE D'IDENTITÉ DE L'ACTEUR ET SON TERRITOIRE

---

**Communauté Intercommunale Reunion Est**

28 Rue des Tamarins Zi N°3 Pôle Bois Bp

124

[www.cirest.fr](http://www.cirest.fr)

AW

admin

ADEME

[alexandre.bonne@smile.fr](mailto:alexandre.bonne@smile.fr)

Mots-clés: Espace privé ENTREPRISE, PREVENTION DES DECHETS, PAPIER,

### CONTEXTE

---

**Description du contexte de l'action:**

La plupart des foyers reçoit tous les mois ses factures et ses relevés bancaires par courrier papier. Ces documents, même s'ils sont conservés un certain temps, finissent inévitablement à la poubelle. La dématérialisation permet aux entreprises de faire des économies sur l'envoi des courriers, tout en garantissant aux usagers un archivage électronique fiable, rapide et peu encombrant.

Depuis l'année 2, la CIREST mène 2 campagnes de communication par an pour encourager les usagers à remplacer leurs documents papiers par des fichiers informatiques. Pour que le ou les supports choisis pour ces opérations restent cohérents avec le message, nous privilégions les outils de communication dématérialisés : spots radio, spots télé dans les grandes surfaces, envoi de SMS, encarts sur les sites Internet...

En parallèle, la CIREST travaille avec les principales entreprises qui émettent des courriers papier afin de développer le service numérique et suivre le nombre d'abonnements concernés. En effet, parmi les entreprises de téléphonie, les banques, fournisseurs d'eau et d'électricité, certaines proposent déjà ce service, alors que d'autres travaillent uniquement par envoi papier pour le moment.

En année 3, la CIREST a renouvelé son partenariat avec Orange qui a accueilli dans les 2 boutiques de St André et St Benoit les kakémonos réalisés par la CIREST et qui font la promotion de la dématérialisation. Les clients en boutique peuvent alors s'adresser directement à un salarié présent pour lui demander d'adhérer à ce service.

La seconde opération s'est déroulée pendant la SERD 2014 : la CIREST a réalisé un spot animé qui a été diffusé sur les écrans de télévision au-dessus des caisses de 4 magasins du territoire pendant 10 jours.

## OBJECTIFS ET RÉSULTATS

---

### Objectifs généraux:

Encourager les usagers à consulter factures et relevés bancaires en ligne plutôt qu'à les recevoir en papier,

Inciter les opérateurs de téléphonie, les fournisseurs d'eau et d'électricité, ainsi que les banques à proposer un service de mise à disposition des documents en ligne,

Communiquer sur les avantages de la consultation des annuaires sur Internet et encourager les usagers à faire une demande pour ne plus recevoir les annuaires papier,

Dématérialiser 20% des documents papiers chez les usagers d'ici l'année 5.

### Résultats quantitatifs:

Sur 14 entreprises sollicitées, 9 proposent un service de consultation des factures ou relevés en ligne, dont 2 systématiquement (100% des factures dématérialisées).

D'après notre dernier sondage téléphonique réalisé en décembre 2014, un tiers des habitants du territoire consulte sa facture de téléphone en ligne.

### Résultats qualitatifs :

De plus en plus d'entreprises se mettent à la dématérialisation.

## MISE EN OEUVRE

---

### Planning:

Novembre 2012 : mobilisation des partenaires par téléphone et conception du calendrier 2013

Janvier 2013 : 1e campagne de communication = envoi du calendrier 2013 à tous les usagers

Aout 2013 : demande de partenariat par courrier officiel

Novembre 2013 : 2e campagne de communication = installation des kakémonos dans les agences Orange

Aout 2014 : relance des entreprises

Octobre 2014 : renouvellement du partenariat avec Orange

Novembre 2014 : diffusion d'un spot TV dans 4 magasins pendant la SERD

### Année principale de réalisation:

2013

### Moyens humains :

Page

0.1 ETP en année 3 :

\* service Communication pour la conception du kakémono et du spot TV

\* chargée de mission prévention pour la mobilisation des partenaires

\* ambassadeur environnement pour déposer des kakémonos dans les agences

### **Moyens financiers :**

Réalisation et diffusion du spot animé pendant 10 jours : 1 460 €

Acquisition de 10 kakémonos : 1 650 €

### **Moyens techniques :**

Nous avons essayé de privilégier au maximum des outils de communication dématérialisés pour rester cohérent avec le message.

### **Partenaires mobilisés :**

Téléphonie : Orange, SFR, Only, IZI

Banques : Crédit Agricole, BFC OI, Caisse d'épargne, Banque de la Réunion, Banque Postale, BNP, BRED

Fournisseurs d'eau et d'électricité : EDF, VEOLIA Eau et CISE

## **VALORISATION**

---

### **Facteurs de réussite :**

Cette action est facilement reproductible et s'adapte à tout type de territoire.

### **Difficultés rencontrées :**

Partenariat avec les entreprises.

Action vraiment "gagnant/gagnant"

Type de programme :  
Programme Local de Prévention

## DÉCOUVRIR L'ACTEUR SUR SINOE ®

---

[Découvrir](#)



Dernière actualisation de la fiche : **octobre 2019**

Fiche action réalisée sur le site : [www.optigede.ademe.fr](http://www.optigede.ademe.fr)

Les actions de cette fiche ont été établies sous la responsabilité de son auteur.