

# PAPERNEST, GÉRER SES CONTRATS EN UN CLIC



## *Philippe Libault de la Chevasnerie (2009)*

PROPOS RECUEILLIS PAR HERVÉ KABLA (84)

En 2015 Philippe Libault de la Chevasnerie (2009) a cofondé Papernest, une start-up française spécialisée dans la simplification des démarches administratives liées au déménagement. Elle offre la souscription et la résiliation des contrats d'énergie, d'internet, d'assurance, ou encore la redirection de courrier vers la nouvelle adresse de l'utilisateur. Elle a aujourd'hui 700 000 clients.

### **Quelle est l'activité de Papernest ?**

Papernest, c'est la solution qui permet aux particuliers de centraliser et simplifier la gestion de leurs contrats et abonnements. Électricité, gaz, box internet, mobile, Netflix, salle de sport, passe Navigo... Un seul espace pour avoir une vision globale de toutes ses charges récurrentes, basculer facilement vers de meilleures offres, souscrire et résilier en un clic, automatiser toutes les démarches associées et reprendre la main sur sa consommation et son budget.

### **Quel est le parcours des fondateurs ?**

Nous avons tous les deux fait des études d'ingénieur et de commerce. Benoît Fabre est diplômé de Supélec et de l'ESCP, moi de Polytechnique et d'HEC. Après ça, Benoît a travaillé pendant deux ans chez Advancy, moi chez McKinsey. *In fine*, nous avons eu tous les deux des parcours

assez proches, mais nous nous sommes surtout toujours retrouvés dans notre détermination à entreprendre.

### **Comment t'est venue l'idée ?**

Comme beaucoup d'étudiants, j'ai été amené à déménager souvent pour intégrer une nouvelle école, faire un stage ou partir en échange universitaire. Je me retrouvais confronté aux mêmes démarches à chaque fois : assurer mon appartement, souscrire mon contrat d'électricité, de gaz, installer ma nouvelle box internet, changer l'adresse de mon courrier... Des démarches extrêmement pénibles et chronophages dont on se passerait bien dans un moment de vie déjà stressant. Un jour, j'ai failli me faire mettre à la porte de mon appartement par le propriétaire car je ne m'étais pas occupé de l'assurance habitation. Je me suis dit qu'il y avait un vrai problème et j'ai commencé à réfléchir à une solution.

**Qui sont les concurrents ?**

Nous apportons une solution pour simplifier des démarches que les gens font, dans 90 % des cas, tout seuls. C'est précisément l'objet de notre proposition de valeur : fournir une solution simple, gratuite et rapide à un problème que les particuliers affrontent face à chaque fournisseur, ses offres, son interface et son service client.

On peut se demander comment Papernest fait pour gagner de l'argent avec un service 100 % gratuit. Notre business modèle est basé sur une rémunération par les fournisseurs, sans être prescripteurs pour autant, c'est-à-dire que nous ne dépendons pas de tel ou tel fournisseur. Nous restons totalement indépendants et la rémunération n'a aucune influence quant aux offres proposées à nos clients.

**Quelles ont été les étapes clés depuis la création ?**

La première étape a été notre sélection au « Y Combinator », au tout début. Nous étions partis à San Francisco pour présenter Souscritoo, l'ancêtre de Papernest. Finalement, nous avons décidé de renoncer au programme pour nous concentrer sur le marché français, mais c'était une belle première victoire. Notre deuxième étape clé a été la levée de fonds de 10 millions d'euros en 2017, auprès des fonds d'investissement Partech, Idinvest Partners et Kima Ventures. La même année, Souscritoo est devenu Papernest et nous avons passé la barre des 100 000 clients et du 100<sup>e</sup> collaborateur. La troisième année clé a été 2018. Nous avons alors ouvert nos bureaux à Barcelone et attaqué le marché espagnol. Enfin, l'année 2020 a également été une année charnière. Nous avons ouvert les marchés italiens et anglais, passé le cap des 500 000 clients, des 8 000 agences partenaires et nous avons signé notre premier partenariat bancaire avec BNP Paribas. Nous avons depuis lors passé le cap des 700 000 clients conquis, des 8 000 agences partenaires et des 800 collaborateurs embarqués.

**Comment travaillez-vous avec les professionnels de l'immobilier ?**

Depuis 2019, Papernest s'associe aux professionnels de l'immobilier pour être au plus proche de ceux qui déménagent. Ce que l'on propose aux agents, c'est une offre supplémentaire qui améliore significativement l'expérience client et contribue à la numérisation du secteur. On est aujourd'hui partenaire des plus grands réseaux nationaux (Century 21, Arthurimmo.com, Citya, Laforêt, Guy Hoquet, Orpi, l'Adresse...) et régionaux (Sergic, Le Tuc Immo, Pozzo Immobilier, Vivre Ici...). Au total, ce sont près de 8 500 agences qui ont choisi de mettre nos services à disposition de leurs clients.

**Les Français ont-ils un rapport plus complexe avec la paperasserie et l'administration ?**

Certainement ! Le concept de phobie administrative, c'est très français. C'est parfois tellement confus, long et rébarbatif qu'on a l'impression que les fournisseurs ou les institutions le font exprès. Et le problème est aussi dans le nombre incalculable de démarches qu'il y a à effectuer. En France, on a un système social et politique très complet, qui est aussi un véritable millefeuille administratif. À chaque sujet ses

démarches, ses interlocuteurs, ses formulaires. C'est pareil pour les offres fournisseurs. D'une part, une complexité incroyable dans les démarches ; de l'autre, une multiplicité de canaux et d'interfaces qui font perdre un temps fou.

**Quel a été l'impact de la crise Covid sur le développement de Papernest ?**

La Covid, et notamment le premier confinement, a été un véritable coup de massue pour notre activité. Les déménagements, qui sont le cœur de notre métier, ont cessé du jour au lendemain. Et, comme de nombreuses start-up, nous avons été mis face à l'incertitude la plus totale quant à la viabilité de notre activité et à la préservation des emplois de nos équipes. Ça a été une épreuve difficile. Mais toute la boîte s'est mobilisée avec une énergie folle pour réinventer notre business modèle en trouvant de nouveaux parcours, proposer de nouveaux leviers de croissance et, surtout, faire tout ce qui était possible pour n'avoir à supprimer aucun emploi. Tous les collaborateurs se sont mobilisés, c'était très intense. Finalement, nous n'avons licencié personne et nous avons mis au point de nouveaux projets qui se sont révélés très fructueux puisqu'ils nous ont permis d'ouvrir un nouveau centre d'opérations à Reims en janvier et de recruter 200 personnes.

**Quelles tendances particulières avez-vous observé au cours de la crise Covid ?**

Pendant la Covid, en raison de l'interruption des déménagements notamment, nous avons développé un nouveau parcours client permettant aux particuliers de réduire leurs factures récurrentes et de basculer en quelques clics vers des offres fournisseurs plus avantageuses. Le succès de ce parcours met en évidence une première tendance, regrettable bien qu'assez intuitive : l'impact de cette crise sanitaire sur le pouvoir d'achat des Français. Par ailleurs, nous avons observé une hausse des déménagements des grandes métropoles vers la province. La pandémie a renforcé une tendance déjà grandissante : la remise en question du schéma de vie en ville. Les chiffres parlent d'eux-mêmes ; aujourd'hui 50 % des Français (provenant principalement de grandes métropoles) ont déménagé à plus de 100 km dans les trois mois qui ont suivi le premier confinement.

**Quels sont vos projets à court terme ?**

Parmi les nombreux projets que nous portons pour les années à venir, deux me tiennent particulièrement à cœur. D'une part, nous comptons continuer à faire grandir notre équipe en poursuivant la campagne de recrutement massive que nous avons lancée en début d'année dans le cadre de l'ouverture de nos bureaux à Reims notamment. D'autre part, nous sommes impatients de voir l'ouverture de notre nouveau centre à Barcelone. Un seul hub pour réunir les collaborateurs des quatre centres actuels et confirmer notre implantation dans un pays clé pour nous, à la fois en termes de culture interne et en matière de stratégie de développement. Un projet très symbolique pour nous et sur lequel nous travaillons depuis des mois. X