

Le Journal du Village des Notaires

www.village-notaires.com



LA COMMUNICATION, UNE ILLUSTRATION DE LA DÉLICATE ÉVOLUTION
DU NOTARIAT



ARLETTE DARMON

Notaire à Paris – Présidente du Groupe Monassier

3



LES RESSORTS DE LA COMMUNICATION WEB

10



**LA COMMUNICATION WEB POUR LES JEUNES NOTAIRES :
COMMENT BIEN COMMENCER**

14



**LE MONDE ASSOCIATIF EST ENTRÉ DANS L'ÈRE NOUVELLE
DU NUMÉRIQUE**

18



IMMOBILIER / GESTION DE PATRIMOINE

24

Toute ma vie j'ai fait des projets.
Le dernier est peut-être le plus grand : je fais un

LEGS

« Pour **VAINCRE LA**
SCLÉROSE EN PLAQUES

je soutiens la seule et unique
Fondation en France qui
aide la recherche sur
cette maladie. »



Chercheurs et malades ont besoin de nous !

LEGS | DONATIONS | ASSURANCES VIE

Fondation ARSEP - 01 43 90 39 39
14 rue Jules Vanzuppe - 94200 Ivry s/ Seine
contact : M^{me} Moussu - direction@arsep.org
WWW.ARSEP.ORG



ARLETTE DARMON

NOTAIRE À PARIS – PRÉSIDENTE DU GROUPE MONASSIER



1 - Quels outils utilisez-vous pour communiquer auprès de vos clients (actuels ou potentiels) ? Faites-vous appel à des agences de communication extérieures ?

Le premier vecteur de communication avec nos clients, c'est la confiance ! C'est par elle que transitent nos messages. Sans confiance, aucune chance d'être écouté par un client. Cela étant, nous jouons sur toute la palette des outils de communication permis dans l'exercice de notre profession : site internet, newsletters, réseaux sociaux, publications imprimées... Nous adaptons les supports en fonction des personnes à qui l'information est destinée : particuliers ou professionnels, institutionnels ou entreprises.

Au-delà du support, nous avons à cœur de partager avec nos clients, et plus généralement notre écosystème, une information utile et à valeur ajoutée, qui doit être un levier pour l'aide à la décision.

Notre lettre « Patrimoine et Entreprise » est la parfaite illustration de cette volonté. 3 fois par an des notaires du Groupe Monassier font le point sur un sujet – d'actualité ou non. Cette lettre est à la fois disponible dans nos offices, adressée par courrier ou par email à nos clients et téléchargeable sur nos sites internet. De la même façon, nous éditons 3 newsletters différentes, ciblées sur un public spécifique.

Ponctuellement nous pouvons avoir recours à une agence de communication, mais la grande majorité de nos documents sont conçus en interne avec des notaires du Groupe, notre Centre d'Études et de recherche et notre service communication.

2 - La possibilité de recourir à la sollicitation personnalisée a-t-elle modifié votre pratique de la communication ?

Non pas de façon fondamentale. Nous nous concentrons avant tout sur nos clients, sur leur connaissance et sur la pertinence des conseils que nous pouvons leur apporter. Nos notaires cultivent prioritairement leur jardin, ce qui ne les empêche pas, bien évidemment, d'accueillir de nouveaux clients. Mais la relation est d'abord

humaine avant d'être épistolaire. Les nouveaux clients viennent à nous par la réputation, l'image de marque, le bouche à oreilles entre pairs, la recommandation plus que par une plaquette de communication. Nous observons d'ailleurs que plus les notaires membres du Groupe capitalisent sur les atouts et les valeurs de la marque Groupe Monassier, plus ce phénomène s'amplifie. Pour autant, je pense que la sollicitation personnalisée peut permettre d'offrir une visibilité supplémentaire sur des savoir-faire ciblés et émergents.

3 - Évoluez-vous, notamment en ce qui concerne la communication, dans une logique de réseau, avec d'autres groupements de notaires ? Pensez-vous que cela constitue une voie d'évolution nécessaire du notariat ?

Vous posez la question au 1^{er} réseau notarial français ! Oui bien sûr, la logique de réseau est absolument fondamentale non seulement pour la communication mais surtout pour la vision stratégique sur l'évolution du notariat, sur le partage de l'expertise, des meilleures pratiques et sur la mise en commun de moyens. Un client de l'un de nos offices doit avoir la certitude qu'il a face à lui un notaire qualifié, expert, connecté à un réseau national et international de professionnels pointus. C'est cela la promesse du réseau et j'en mesure tous les jours les bénéfices au profit de nos clients et de nos collaborateurs.

4 - Quels sont les avantages, pour les groupements de notaires, de disposer d'un maillage territorial important ?

Là encore, c'est avant tout un service précieux pour nos clients. À tout moment, ils peuvent être mis en relation avec un notaire du Groupe Monassier en France métropolitaine, mais également dans les outre-mer ou à l'international. Ils savent qu'ils vont trouver la même qualité dans les conseils et dans l'accompagnement, une même philosophie de travail et des outils normés. Pour le client, quel qu'il soit, c'est un gage de sérieux, de sécurité et de tranquillité d'esprit.

Propos recueillis par Simon Brenot



La communication, une illustration de la délicate évolution du notariat

La communication des notaires aborde une problématique qui fait se rencontrer à la fois les rouages d'une profession règlementée avec sa propre déontologie, et l'inexorable évolution du logiciel de nos sociétés modernes, entre montée de la technologie et libéralisation des professions. C'est le rapport au client qui est ici à méditer pour cette profession. Pour quelle issue ? Tentative de réponse.

Officier d'état public dont la pratique est encadrée par un code de déontologie, le notaire tire sa légitimité d'une mission de service public délivrée par l'État. Un sceau puissant qui l'a longtemps rendu indispensable, mais qui aujourd'hui ne semble plus être le bouclier infranchissable. En effet, l'émergence de nouveaux acteurs, la transformation de l'économie et de la relation-client, l'accélération des process, la dématérialisation et l'ouverture à la concurrence, poussent les structures économiques à s'adapter, ou à disparaître. Le notaire, également chef d'entreprise, se trouve dans la même urgence. La question demeurant de sa prise de conscience.

La déontologie comme boussole pour communiquer

Globalement, tous secteurs professionnels confondus, vis-à-vis du client, et des potentiels partenaires, de plus en plus connectés à la technologie, la priorité est de se faire connaître. Dans un environnement numérique en perpétuelle

expansion, la communication se fait aujourd'hui via divers canaux : le mail, les réseaux sociaux, le site internet, etc. Une profusion qui peut devenir un labyrinthe pour le professionnel peu adepte de ces nouvelles pratiques.

Dans le notariat, les règles de la communication sont fixées par les institutions représentatives que ce soit les chambres notariales ou encore le Conseil Supérieur du Notariat. Celui-ci a publié en juin 2019 un *Guide Pratique de la Communication* pour guider ces professionnels vers « une communication réussie. » Il retrace à la fois les principes généraux de la communication pour le notaire et les formes de communication disponibles pour celui-ci. Trois canaux principaux sont listés : la publicité, la communication informative et la sollicitation personnalisée.

La première, destinée à faire connaître la profession de notaire et ses instances, « relève de la compétence des institutions représentatives de la profession. » Elle

est définie comme « *l'art de promouvoir une idée, un concept ou un produit, de diffuser un message à un large public par le biais de mass média (moyens de communication de masse) notamment en achetant des espaces dans les médias.* » En cela, elle se différencie de la sollicitation personnalisée qui s'adresse à une personne physique ou morale déterminée. Lorsque son objet s'attache à la personne même du notaire qui l'emploie pour vanter « *ses qualités subjectives ou supposées et talents présumés* », la publicité devient personnelle et est alors interdite. Seules les instances collectives peuvent l'utiliser « *tout en respectant la déontologie et la confraternité.* » Ensuite, vient la communication informative, soulignée comme étant « *souhaitable* » pour le notaire, une fois encore seulement si elle « *procure une information objective au public et que sa mise en œuvre respecte les principes essentiels de la profession.* »

Cinq critères sont retenus pour qu'une communication soit autorisée : la dignité, la loyauté, la confraternité, la délicatesse ; l'impartialité ou l'objectivité ; l'utilité pour le public ; la cohérence et l'utilité pour l'ensemble de la profession.

Enfin, et depuis le décret du 29 mars 2019, la sollicitation personnalisée est possible. En quoi consiste-t-elle ? « *Elle est destinée à promouvoir les services d'un notaire à l'attention d'une personne physique ou morale déterminée ou d'un groupe de personnes déterminées.* » Il est précisé qu'elle ne prend la forme que d'un écrit (courrier postal ou électronique).

Le potentiel de la sollicitation personnalisée

Plusieurs problématiques ont été mises en lumière par l'enquête réalisée auprès de 5 000 notaires par les Notaires Digital Days sur la sollicitation personnalisée pour « *cerner leurs attentes et leur niveau de maturité face à ce nouvel outil de communication à leur disposition.* » Il ressort plusieurs données intéressantes : 15% seulement des notaires interrogés ont déjà mis en place la sollicitation personnalisée. Pourquoi si peu ? Car « *76% déclarent que les modalités de sa mise en œuvre restent très floues.* » Il y a d'abord une incompréhension de la part de 93% des sondés sur le cadre d'application du décret, pris en étau avec d'autres règles comme la déontologie, mais aussi les préceptes de la CNIL et le RGPD. Il y a également un manque du côté des compétences dans la maîtrise des outils et de la stratégie à élaborer car 48% ne savent pas comment opérer concrètement, et 56% estiment ne pas avoir de collaborateurs suffisamment qualifiés pour cela.¹

Il semble acquis qu'elle représente une grande opportunité à long terme pour développer l'activité des notaires et leur permettre d'entreprendre. Pour Vincent Chauveau, « *il est nécessaire de voir le caractère unique de la relation-client de chaque professionnel, pour communiquer efficacement auprès des clients et remplir sa mission d'accessibilité du droit pour le citoyen. Le notaire peut utiliser la sollicitation personnalisée pour fidéliser*

1 - Sollicitation personnalisée : où en sont les notaires ?, Notaires Digital Days, 28/01/2020



TeamRH
Conseil en recrutement

Pour ne pas manquer votre cible,
confiez-nous vos recrutements !

TeamRH - 5, rue de Hanovre 75002 Paris Tel : 33(0)1 42 33 26 12
E-mail : team3@teamrh.com Site web : www.teamrh.com

et garder du lien avec le client. C'est un outil qui va accentuer la différenciation entre les études. Les notaires peuvent ainsi vendre à leurs clients leurs compétences sur certains domaines particuliers. » Les outils sont là pour permettre aux notaires d'esquisser des plans de communication, mais il semble également que cela inclue une évolution dans la manière de conjuguer sa communication et son cadre déontologique : « le code déontologique ne sauve pas le notariat mais une unité de corps, à quel prix ? Il représente la plus grande force du notariat mais aussi sa faiblesse. »

Une promotion du notariat via les institutions...

Le constat est là que les réseaux sociaux bouleversent les codes et offrent aux entreprises un terrain de jeu très élargi. De plus, pour les notaires, l'entrée en vigueur de la « loi Macron » et les vagues d'installation qui ont suivi leur ont permis de devenir de véritables chefs d'entreprise en entamant une légère libéralisation de leur activité. Une stratégie pour donner à ces professionnels du droit les mêmes armes que les autres professions réglementées, et pour faire face aux acteurs internationaux.

Dans le même ton, plusieurs initiatives ont été lancées que ce soit par les instances ou par une association comme Notaire Conseil en Entreprise (NCE). Pour les premières, le CSN, depuis 2015, délivre au terme d'une période de formation de plusieurs mois au sein de ses différents Instituts de formation, plusieurs labels de spécialisation dont « Notaire juriste d'entreprise ». ² Celui-ci permet de promouvoir auprès des chefs d'entreprises et de tous les acteurs économiques un savoir-faire en matière de droit des sociétés et de droit des affaires. ³

De son côté, l'association NCE réunit les notaires spécialisés dans le droit des affaires (plus de 200 offices notariaux soit près de 600 notaires répartis sur tout le territoire français selon leur site). Elle a pour la première fois organisé le mardi 15 octobre les *Rencontres nationales Notaires - Chefs d'entreprise* durant

lesquelles des chefs d'entreprise ont pu rencontrer gratuitement un notaire NCE pour bénéficier d'une analyse globale de leur situation, et d'un point de vue professionnel sur les mesures à mettre en place pour sécuriser leur environnement juridique. ⁴

L'expertise du notariat est étendue : immobilier, famille, entreprise, etc. Mais il semblerait que leur spécialisation dans la matière familiale ne soit pas assez reconnue dans certains territoires. C'est en tous cas le constat qu'ont fait les 300 notaires de Bretagne et de Loire-Atlantique et qui les a poussés à organiser une « Journée de la famille » le 16 novembre 2019. ⁵

A cette occasion, ils ont pu conseiller des citoyens de la région sur des thématiques telles que la gestion du patrimoine d'un parent vulnérable, l'adoption de l'enfant de son conjoint, la rédaction d'un testament ou d'un contrat de mariage, etc. Une manifestation d'intérêt général qui pose la question de la connaissance qu'ont les Français des circuits juridiques pour traiter de leurs problématiques de famille. Car il est de la responsabilité du notaire de traiter de ces questions, or la méconnaissance par une partie de la population de cette expertise pose la question de la communication qui est faite par les instances représentatives.

...Comme via les partenariats entre notaires

Hors de ces cadres institutionnels, pour répondre aux défis qui se présentent devant eux et gagner en visibilité, les notaires, de plus en plus, se tournent vers le modèle du réseau. Celui-ci permet de mettre en place des partenariats touchant aussi bien la veille juridique, l'échange d'informations, la réalisation d'économies d'échelle, la formation, la recherche de sources de mécénat, etc. A priori en contradiction avec la définition du notaire qui l'envisage comme une singularité ou tout du moins comme un travail individuel : « *l'officier public qui a pour mission de recevoir, dans l'étendue de son ressort, les actes auxquels les parties doivent ou veulent donner un caractère authentique (...).* » ⁶

2 - Notaires juristes d'entreprise : 237 offices désormais mobilisés pour le secrétariat juridique des sociétés, Editions Francis Lefebvre, 23/06/2017

3 - Remise du premier label «Notaire Juriste d'Entreprise», Conseil Supérieur du Notariat, 17/12/2015

4 - 1^{ères} rencontres nationales notaires-chefs d'entreprise, Notaires du Grand Paris, 15/10/2019

5 - Bretagne, la famille c'est aussi l'affaire des notaires, Ouest-France, 5/11/2019

6 - « Les réseaux et le notariat, quel est le problème ? » *La Semaine Juridique, notariale et immobilière*, 12/04/2019

Néanmoins, l'intérêt d'une telle structure est que la force du groupe rend plus aisée la prospection notamment en ligne au travers d'une communication efficace, ce qu'explique Vincent Chauveau : « *cette démarche n'est pour l'instant accessible qu'à une cinquantaine d'études en France, en raison des moyens qu'elle demande, car un notaire seul n'a pas les moyens de s'offrir les services d'un conseiller en communication digitale et d'un community manager.* » En effet, le coût d'une communication interne peut s'avérer très prohibitif, l'aide peut alors venir dans un premier temps d'une agence de communication spécialisée. Mais « *avant toute collaboration avec une agence, il est essentiel que tous les associés définissent ensemble les objectifs et soient convaincus du choix opéré ainsi que du mode opératoire retenu entre l'agence et l'office.* » Une fois que l'opération aura prouvé son succès, « *les notaires peuvent s'organiser en interne pour développer et faire vivre leur communication.* »⁷

Car finalement il s'agit bien ici de faciliter ce qu'on peut appeler « le réflexe notaire » en élargissant le champ d'action du notariat pour rendre automatique l'appel à ce professionnel auprès de personnes qui n'y auraient pas pensé de prime

abord. C'est là que la présence dans les territoires a son importance, car un bon maillage géographique doit assurer aux notaires du réseau un « réflexe notaire » optimal.⁸

L'installation des nouveaux notaires pose ici question car leur accueil par les notaires déjà présents semblait réservé, voire froid, du fait de la concurrence qu'ils allaient représenter. En effet, les témoignages des débuts allaient dans le sens d'une crainte d'un blocage de la part des « anciens », attachés à ce système cadenassé et ne souhaitant pas partager le gâteau. Toutefois, le mot d'ordre du côté des instances, qui ont elles seules pris la parole, semble in fine être à l'association entre les deux populations, même si tous les nouveaux arrivants ne bénéficient pas encore des mêmes conditions d'accueil et d'accompagnement.⁹

Ce système est également une bonne solution pour faire évoluer les pratiques professionnelles en créant de nouveaux liens entre professionnels pour in fine optimiser le service client. C'est le sens de l'action de Vincent Chauveau : « *Nous avons organisé des réunions et fait venir des experts pour insister sur l'importance de la matière dont on dispose,*

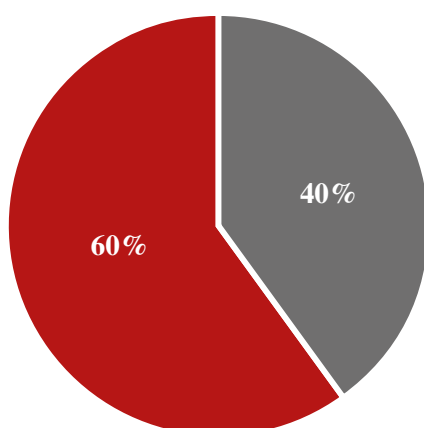
7 - *Notaire, quelle stratégie de communication adopter ?* Editions Francis Lefebvre, 14/09/2018

8 - « Les réseaux de notaires ont le vent en poupe », *Village des Notaires*, 25/07/2019

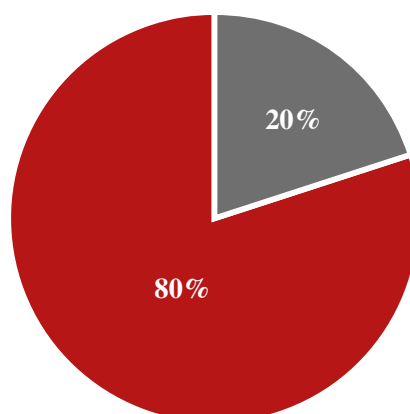
9 - « Notaires : comment la profession accueille-t-elle les « bébés Macron » dans la région de Montpellier ? », *La Tribune*, 10/01/2020

Enquête sur la communication numérique des études notariales, menée par le *Village des Notaires*

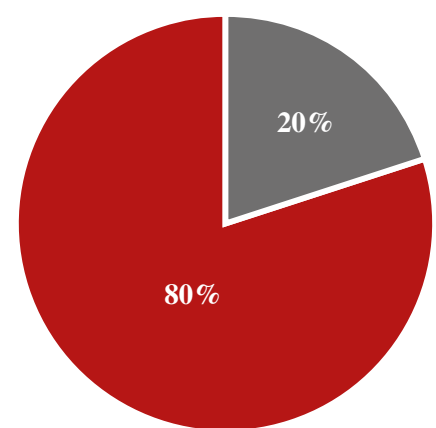
Vous estimez-vous compétent(e) en communication numérique ?



Vous estimez-vous suffisamment aidé(e) par les structures de la profession ?



Avez-vous suivi une formation dans ce domaine ?



60 000 fichiers informatiques par notaire, c'est énorme ; au lieu de se plaindre des nouvelles études, nous allons travailler les fichiers clients que nous avons achetés. Et de manière générale, les notaires doivent passer d'un modèle de l'acte à un modèle du service. »

De nouvelles structures pour un nouveau notariat ?

Il ressort de ce cheminement que le collectif peut permettre aux notaires de survivre et de se faire connaître des citoyens. Il s'agit bien d'une stratégie d'action pour aller chercher le client, développer son offre et conquérir des parts de marché. Une logique qui révolutionne une profession plutôt habituée à attendre. Dans le même genre, l'interprofessionnalité souligne la

difficulté de l'usage de la sollicitation personnalisée lorsque le notaire pratique dans la même structure que d'autres professions réglementées comme les avocats ou les experts-comptables.

Mais considérant ce que cette forme d'organisation drague comme logique libérale, il apparaît de nouveau une contradiction avec celle de la profession réglementée. Comment dès lors faire coexister cette « *promotion de l'intérêt économique privé avec les missions globales de service public* » ?¹⁰

On peut même aller plus loin en s'interrogeant sur l'évolution du rapport à la hiérarchie induite par les réseaux. Serait-ce une volonté de compenser la disparition de l'« *identification*

Un nouveau barème pour plus de transparence dans le coût des transactions notariales ?

Le 1^{er} mars 2020, un décret avec plusieurs arrêtés ont été publiés au *Journal Officiel* instaurant un changement dans le calcul des tarifs des professions réglementées.

Dans le droit chemin du long processus débuté avec l'entrée en vigueur de la Loi Macron en 2015, ces textes viennent préciser la nouvelle méthodologie du calcul des prix et les tarifs qui s'appliqueront à partir du 1^{er} mai. Les discussions faites avec les organes étatiques ont été jugées « constructives » par Jean-François Humbert, président du Conseil Supérieur du Notariat (CSN), qui appelle à « *observer les conséquences de cette tarification sur le développement des offices récemment créés comme pour ceux qui exercent en milieu rural au service de la vie économique et sociale des territoires.* »²

En effet, cette annonce apporte quelques critiques importantes de la part des notaires comme sur le délai de révision des tarifs : elle aura lieu tous les deux ans, alors que les notaires la souhaitaient sur cinq ans afin de réduire l'incertitude quant aux changements de tarifs et au calcul du chiffre d'affaires. Selon le CSN « *le principe de cette baisse ne répond pas à une véritable analyse économique et ne s'appuie pas sur une vision prospective des cycles d'activité du notariat.* »³

Néanmoins, cela pourrait également permettre aux notaires d'axer leur communication sur une plus grande transparence dans leurs actes. Un critère qui est de plus en plus scruté pour évaluer la relation-client dans les professions du droit et qui pourrait leur permettre d'optimiser leur activité et leur chiffre d'affaires.

En pratique, la baisse des tarifs est de 2,5% en moyenne. Une précédente baisse du même pourcentage avait eu lieu en 2016. Dans le détail, est instaurée une baisse globale des émoluments des notaires de 1,9 % pour l'ensemble des actes à compter du 1^{er} mai 2020.

1 - Décret n° 2020-179 du 28 février 2020 relatif aux tarifs réglementés applicables à certains professionnels du droit, *Journal Officiel*, 29/02/2020

2 - *Nouveau tarif réglementé des professions du droit : réaction du Conseil Supérieur du Notariat*, Defrénois, 1/03/2020

3 - *Nouveau tarif réglementé des professions du droit : réaction du Conseil Supérieur du Notariat*, Defrénois, 1/03/2020

hiérarchique au notariat global »¹¹ ? Il est réel que les vellétés d'indépendance de certains notaires par rapport aux règles édictées par les autorités représentatives sont de plus en plus visibles. Cela traduit semble-t-il une incompréhension de ces notaires vis-à-vis de l'inadaptation des structures notariales à l'évolution des pratiques, l'incompréhension par-rapport à la vision dessinée d'une population qui se transforme et qui s'agrandit vite. Vincent Chauveau lui-même appelle à une responsabilisation du notaire, qui doit se prendre en main et ne pas forcément attendre des consignes des instances.

D'un point de vue économique, l'évolution de la profession de notaires depuis l'entrée en vigueur de la loi Macron il y a cinq ans a pu faire craindre plus de concurrence entre eux et des conséquences négatives sur le chiffre d'affaires. En effet, « la France compte aujourd'hui 6 227 offices, contre 4 575 en 2016. Cette hausse de 36 % constitue une rupture par rapport aux évolutions passées, où le nombre d'office n'avait que faiblement augmenté entre 2005 et 2012, après une période de retrait dans les années 1980 et 1990. » Deux vagues d'installation ont eu lieu : la première s'est étalée de 2015 à 2018, quant à la seconde elle a cours

de 2018 à 2020 amenant à « quelque 200 nominations dans le cadre de cette deuxième carte, sachant qu'il y a toujours un certain temps entre l'autorisation et l'ouverture d'un nouvel office. » Ainsi, « au global, près de 1 800 notaires ont pu s'installer à leur compte depuis la loi Macron. »¹² Néanmoins, il ne semble pas que la situation prenne cette voie là, observe Gwendal Texier, notaire à Liffré et président de la chambre départementale d'Ille-et-Vilaine, selon qui « on ne constate pas d'impact sur le chiffre d'affaires. »¹³ Le manque de visibilité alors que la seconde vague d'installation est encore récente empêche cependant un recul suffisant sur la situation.

Finalement, le cas des notaires démontre bien à quel point la communication, et notamment son volet numérique, a pris une place essentielle dans notre société. Dans son organisation même, le notariat se trouve à l'épreuve d'une évolution qui se fera avec lui ou sans lui. Sur ce carrefour, quelle route emprunter ? Quelle stratégie adopter pour garantir sa survie ? Les mois qui vont suivre nous donnerons peut être une première indication.

Simon Brenot

11- « Les réseaux et le notariat, quel est le problème ? » *La Semaine Juridique, notariale et immobilière*, 12/04/2019

12 - « Notaires : l'ouverture de la profession s'est enfin enclenchée », *Les Echos*, 29/02/2020

13 - « Bretagne, la famille c'est aussi l'affaire des notaires », *Ouest-France*, 5/11/2019

Guide Pratique des Notaires

L'annuaire des partenaires et fournisseurs des notaires

Edition 2020
bouclage fin avril

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Associations pour Dons et Legs |  Informatique et Bureautique |
|  Communication / Management |  Recrutement / Externalisation |
|  Débaras |  Services/Achats |
|  Diagnostics Immobilier |  Traduction Juridique |
|  Édition - Annonces et Formalités |  Transmission d'Etudes Notariales |
|  Enquêtes civiles ou Commerciales |  Ventes aux Enchères |
|  Généalogie |  Ventes en Viager |

**POUR PARAÎTRE
DANS LA PROCHAINE ÉDITION**

Emmanuel Fontes par téléphone au 01 70 71 53 89
ou par mail à efontes@legiteam.fr





Les ressorts de la communication web

En matière de communication web, les notaires doivent naviguer entre le cadre déontologique strict de leur profession et la nécessité de plus en plus prégnante de développer leur présence sur internet. Pour cela, réaliser un site vitrine est fondamental, mais cela ne suffit pas pour attirer l'attention des clients, l'effort doit être mis sur la visibilité globale de l'étude dans les moteurs de recherche et à travers leurs différentes modalités. Quels sont les différents aspects à prendre en compte ? Comment les conjuguer pour en faire le meilleur usage ? Quels sont les pièges à éviter et les ressources à déployer ?

Plus encore que les autres professions, en raison du cadre déontologique de leur action de communication, les notaires doivent développer une vision dite « inbound marketing », qui consiste à faire venir le client jusqu'à soi. Si un notaire en territoire rural qui n'a pas tant de concurrence parviendra à avoir de la visibilité sur Google avec des optimisations de base en référencement, il n'en sera pas de même pour un notaire dans une ville, a fortiori dans une métropole. Sans travail sur le SEO – search engine optimization, optimisation pour les moteurs de recherche – un notaire pourrait aussi bien figurer en 10^{ème} qu'en 25^{ème} page, or 30 % des clics se font sur le premier résultat, 30 % sur les trois premiers et plus de 90 % sur la première page Google¹, qui, rappelons-le, ne compte que 10 résultats ; au-delà, la visibilité n'a pas d'utilité en termes de prospects. C'est dire l'intérêt de travailler son référencement.

Optimiser son référencement naturel

Les techniques de référencement naturel, ou organique, permettent d'améliorer ces résultats. Pour cela, il faut optimiser son site web pour qu'il devienne « Google-friendly »,

c'est-à-dire conforme aux différents critères de qualité exigés par le moteur de recherche. Il faut travailler sur le contenu en intégrant des mots-clés pertinents qui sont liés à l'activité notariale et fréquemment utilisés dans les moteurs de recherche. « *Étant donné la variété des services que les notaires proposent et des publics qu'ils visent*, indique Maxence Gotte, dirigeant de Panda SEO, *on peut définir des dizaines de mots-clé* ». Ce travail sémantique s'applique ensuite à la méta-description dans le back office et à l'ensemble du contenu du site, titre et textes, qui doivent être conçus et réalisés pour améliorer ce référencement. C'est donc toute la ligne éditoriale qui doit fonctionner comme une réponse logique aux différentes requêtes effectuées sur Google, où chacune des pages va être ciblée sur une requête, un mot-clé, puis chacun de ces mots-clé va être optimisé. La production régulière de contenu contribue à faire vivre le site et à améliorer le référencement, à condition qu'elle continue à s'inscrire dans cette logique de mots-clé. C'est la raison pour laquelle on parle de « content marketing », le tout en respectant, bien évidemment, les normes déontologiques propres au métier

1 - www.chitika.com/google-positioning-value

de notaire. Il est, par exemple, interdit au notaire de mentionner des projets d'ampleur qu'il a aidé à réaliser, mais rien n'empêche son client de mentionner le notaire dans sa propre annonce publique, contribuant ainsi à la visibilité du site internet de l'étude.

Quand il est réalisé par des personnes qui savent « séduire les algorithmes », le SEO fonctionne très bien. « Nous avons effectué une refonte entière du site d'une très grosse étude qui avait très peu de visiteurs en ligne, et sa fréquentation a augmenté en quelques mois de 400 %. Nous avons commencé par le mot-clé le plus difficile, ici 'notaire Lyon', et une fois que nous avons atteint le sommet sur celui-là, nous en avons attaqué un autre, etc ; puisque le premier qu'on a optimisé était en place, il y a un effet cumulatif et on peut ainsi atteindre le podium sur plusieurs mots-clé ».

Il faut rester clair sur deux points : un projet SEO représente un budget conséquent et son efficacité prend du temps à se déployer. Mais, sur du moyen et long terme, le SEO garantit une visibilité et un positionnement durable. « Contrairement à un investissement dans des adwords qui vont ramener du trafic uniquement sur du court terme, une fois que des notaires ont atteint les premiers résultats grâce au travail de SEO, ils peuvent décider d'arrêter la prestation et l'effet va perdurer, en fonction du niveau de concurrence qu'il y a en face. En référencement local, sur Annecy par exemple, on peut considérer qu'une prestation SEO peut vous conserver la place sur le podium pendant un ou deux ans ».

Une démarche parallèle consiste à travailler le référencement extérieur, c'est-à-dire les mentions du site vitrine sur des sites extérieurs. Bien sûr, tous les sites extérieurs ne se valent pas, et ce travail de référencement doit se faire de manière qualitative : « quand on est considéré par Google, explique David Fournier, président de Notastart, comme un référent sur un certain nombre de mots-clé, tous ceux qui sont sur le site en profitent ». Il est par exemple très efficace d'être relayé dans la presse, sur les sites institutionnels tels que des sites de formations, des sites de conférences. « En s'exprimant

en tant qu'expert sur un point de droit, souligne Pascal Mendak, directeur conseil chez Elliot & Markus, le notaire gagne en référencement et donc en notoriété, amenant d'autres supports à le contacter pour lui proposer de s'exprimer ».

Arriver premier sur les résultats Google n'est pas seulement important pour faire croître sa clientèle, mais aussi à affirmer sa crédibilité. « Même les études très bien implantées qui ne cherchent pas de nouveaux clients gagnent à accroître leur classement sur les moteurs de recherche, précise Maxence Gotte, car, lorsqu'elles sont sur le point de signer de très gros contrats, le fait d'être parmi les premiers résultats donne à leur client un sentiment de confiance qui contribue à les fidéliser. L'office notarial démontre ainsi qu'il est à la pointe de son domaine car aujourd'hui, être numéro un, c'est un Graal ».

Le SEO local

Il existe également un autre type de SEO, dit local, qui correspond aux résultats indiqués sur la « map » Google et se développe pour différentes raisons, dont le fait que 50 % des recherches se font sur mobile, et qu'elles sont désormais toutes géolocalisées depuis la mise en place de l'*index mobile search*. Pour être présent sur le SEO local, il faut créer une fiche « Google My Business », que Google propose gratuitement, mais la manière de la remplir va déjà impacter le référencement puisque, là aussi, les notaires peuvent jouer sur plusieurs mots-clés. Si beaucoup de personnes s'essayent au référencement au moyen de quelques tutoriels sur internet, arriver à obtenir une visibilité dans un contexte concurrentiel demande du temps pour l'apprentissage et pour la mise en pratique. Il faut savoir optimiser les annonces avec une série de mots-clé, de réglages, et une surveillance de l'e-réputation pour permettre à cette fiche de gagner en visibilité sur la carte. Les algorithmes ont leur propre logique, et il est particulièrement important de la connaître jusque dans son arbitraire : « par exemple, indique Alexandra Kravtsoff, directrice commerciale de Webgazelle, nous avons constaté que plus vous êtes prêts du centre-ville, plus vous

avez de chances de ressortir sur la carte, et si vous êtes dans la rue la plus au centre du centre-ville, vous serez encore plus avantagé ». D'une manière quantitative, ils influencent le référencement, puisqu'une étude sera d'autant plus visible qu'elle aura plus de commentaires Google. Mais surtout, d'un point de vue qualitatif, leur impact ne peut pas être ignoré, parce que les personnes mécontentes vont d'elles-même aller rédiger un commentaire, négatif cela va de soi, alors que les personnes satisfaites le feront moins spontanément, ce qui fait inmanquablement pencher la balance du côté négatif. Si beaucoup souhaiteraient ne pas avoir d'avis, les faire supprimer, quand cela est possible, peut prendre des jours voire des mois. En cas de commentaires abusifs, les prestataires spécialisés en communication web ont d'ailleurs plus de facilité pour contacter google. Mais la démarche la plus viable consiste à prendre contact avec les commentateurs et à faire jouer le droit de réponse. Même si la tentation est grande, la création de faux commentaires est sévèrement punie par Google qui peut faire intégralement disparaître un professionnel de son référencement s'il soupçonne une tricherie à l'é-réputation.

Se tenir à jour

Un enjeu central de la communication web est l'évolution rapide des techniques. *« Google fait sans cesse évoluer ses algorithmes. Il y a quelques années, il y a eu le mobile first pour la compatibilité sur tablettes et smartphones, et ce sera certainement mobile only dans quelques années ».* On a ainsi vu apparaître les alertes sur les cookies, et les certificats SSL, qui confirment la sécurisation des sites, qui ont tous un impact sur le référencement. Aujourd'hui, la certification SSL n'est pas obligatoire mais il est probable que Google demain décide de désindexer les sites qui en seront dépourvus. *« Sur certains Iphones, on ne peut plus avoir accès à certains sites par ce qu'ils sont trop anciens, nous suggérons donc à nos clients de se mettre en permanence à jour sur les derniers algorithmes. Les certificats SSL sont un bon exemple puisqu'ils sécurisent les sites, et, au passage, rassure les clients qui les visitent ».*

Les adwords, faux amis ?

Au regard du décret 2019-257 du 29 mars 2019, les adwords sembleraient désormais accessibles au notaire, puisqu'ils n'apparaissent qu'aux gens qui recherchent leur fonction et rentrent ainsi dans la définition de la sollicitation personnalisée. Cette technique a une efficacité à court terme et, si elle est bien gérée, peut permettre de générer du flux et aider une étude à démarrer pour un coût modeste. Mais elle n'est pas recommandée en tant que technique durable ou utilisée de manière isolée, parce que son impact n'est pas pérenne, et doit donc s'inscrire dans une stratégie digitale plus globale : *« si votre territoire est concurrentiel, avec des confrères ayant plus de budget adwords que vous, la séquence de mots-clé va être d'autant plus demandée et donc d'autant plus chère. De plus, leur impact peut être très réduit dans le temps, puisque, si vous avez atteint votre nombre de clics quotidiens en une heure, vous disparaissiez des recherches jusqu'au lendemain, et vous n'apparaissez plus pour tous les gens qui font de nouvelles recherches. C'est un système qui peut vite s'avérer coûteux sur la durée, alors qu'un référencement naturel va opérer sur le long-terme. Néanmoins cela peut être compensé partiellement par la qualité du site internet, en effet Google accepte de réduire le montant des enchères pour privilégier les sites à plus fortes qualités ».*

Le bon usage des réseaux sociaux

Bien que beaucoup de notaires se montrent hésitants quant à l'usage des réseaux sociaux, ils sont très conseillés dans une démarche globale de communication web. Encore faut-il prendre le temps pour s'y former et pour s'en occuper. Pour développer ses compétences dans le domaine, il existe de nombreux tutoriels et cours en ligne (de type Mooc) ou formations en présentiel. Le choix du ou des réseaux sociaux où intervenir est la première étape. Se mettre en avant sur LinkedIn est particulièrement conseillé en termes d'image, car *« il bénéficie d'une image de crédibilité beaucoup plus importante que d'autres réseaux »*, mais également parce qu'il s'adresse à des professionnels, clients potentiels qui auront également besoin de services notariaux en tant que particulier,

faisant ainsi d'une pierre deux coups. Si Facebook peut être intéressant pour toucher un public plus orienté en droit de la famille, Twitter permet de diffuser assez largement les publications de « content marketing » et développer ainsi son audience et son référencement.

Les sites externes

De plus en plus de prestataires proposent des services aux notaires en BtoB et BtoC et peuvent contribuer ainsi à la visibilité en ligne du site internet d'un office. Si un site de prise de rendez-vous en ligne figure dans les trois premiers résultats Google pour la ville ou l'arrondissement, alors que le site d'un office peine à s'extraire des limbes du classement, il est évident qu'être présent sur ce type de site offre une valeur ajoutée considérable à une étude notariale.

De plus, ces sites se consacrent à améliorer en permanence leur propre référencement, en produisant du contenu relatif au notariat, à l'immobilier, au droit de la famille, au droit des sociétés. C'est également vrai pour les sites mutualisés comme ceux des groupements de notaires qui permettent d'additionner des ressources et d'effectuer un travail de référencement plus intense dans les zones denses en notaires. Ces sites offrent, de manière directe, une visibilité auprès de clients potentiels. De manière indirecte, ils peuvent contribuer au référencement d'une étude s'ils mentionnent le nom et l'adresse du site de l'étude d'une manière telle que l'algorithme prend ces liens en compte. Mais tout cela n'est vrai que si ces sites sont réellement qualitatifs et produisent du contenu reconnu et consulté.

Jordan Belgrave



116^e CONGRÈS
DES
NOTAIRES DE FRANCE



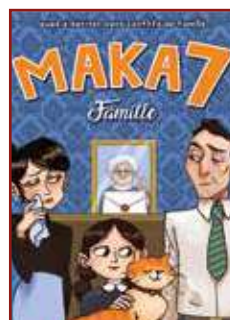
PROTÉGER
LES VULNÉRABLES · LES PROCHES
LE LOGEMENT · LES DROITS

Paris · 4 au 6 juin 2020

Notre prochain numéro sera le « Spécial Congrès de Notaires »
Retrouvez-nous sur le STAND Y35



LA GALERIE DE PARIS présentera **Kojiro AKAGI**, peintre japonais qui révèle à travers ses œuvres une réelle fascination pour notre ville et offre une vision inédite de ses monuments et quartiers. Il dédicacera son livre le 5 juin de 14h30 à 18h sur le stand.



Vincent Chauveau, Notaire et créateur du jeu MAKA7 Famille, disputera des parties avec les visiteurs et offrira des jeux dédiés aux vainqueurs.



La communication web pour les jeunes notaires : comment bien commencer

La communication web est une étape difficile pour nombre de jeunes notaires. Non pas qu'ils manquent de sensibilité au numérique, puisque la plupart d'entre eux font partie des générations les plus familiarisées avec l'internet, mais leur difficulté principale tient au fait que beaucoup d'entre eux n'ont pas été formés à la démarche commerciale. Or, la communication web doit être pensée comme une pratique visant à développer la visibilité de l'étude afin de faire croître sa clientèle et son chiffre d'affaires. Bien entendu, la difficulté pour les jeunes notaires tient également au cadre déontologique qui structure leurs pratiques en matière de communication. C'est donc tout l'enjeu de la démarche d'organiser leurs pratiques en communication afin de mener une action qui soit tout à la fois efficace et respectueuse de leur charte et de leur statut d'officier public.

Quelle perspective ?

S'il arrive encore que certains s'imaginent qu'il suffit de s'installer pour que les clients tapent à leur porte, la quasi-totalité des nouveaux notaires savent qu'il n'y aura rien de facile au démarrage de leur activité. Par contre, quelle que soit son expérience antérieure en étude, il est rare que le jeune notaire ait été confronté à la situation d'une entreprise qui arrive sur un territoire et doive se créer sa clientèle et ils se trouvent souvent peu outillés en matière de savoir-faire commercial. Au bout de quelques mois de (trop) faible croissance, certains cherchent encore comment donner un coup de fouet à leur visibilité « *ils réalisent progressivement*, souligne Alexandra Kravtsoff, directrice commerciale de Webgazelle, *que la partie commerciale représente un réel investissement, en temps et/ou en argent, qu'ils ont souvent sous-estimé. Diffuser de l'information sur leur structure, leur métier, devenir leur propre*

commercial est une composante essentielle de leur activité que peu ont anticipée ».

Quelle stratégie ?

« *Pour réussir sa communication web*, indique Pascal Mendak, directeur conseil chez Elliot & Markus, *il faut avant tout clarifier et formaliser sa vision de son métier, sa stratégie et sa proposition de valeur ».* La communication web devient ainsi une opportunité pour clarifier son projet d'entreprise : quelles sont mes compétences et qu'est-ce que je peux offrir à mes clients ? En quoi ces services me permettent-ils de me distinguer des notaires les plus proches ? Quelle est la clientèle que je souhaite développer et sur quelles thématiques ? Quels sont les points que je dois renforcer ? Sur lesquels je souhaite me former et sur quels autres serait-il préférable de trouver des associés ou des salariés ?

Le notaire peut souhaiter réaliser ce travail préparatoire par lui-même, c'est tout à fait

possible. Il est même fréquent qu'il ait déjà dû formaliser toutes ces questions pour obtenir son financement. De plus, « à défaut de maîtriser tous les enjeux, parce que tous n'ont pas complété leur formation juridique par un cursus ou des stages en école de commerce, les jeunes notaires montrent une réelle envie d'entrepreneuriat et ont souvent déjà cette appétence, cette curiosité pour développer leurs activités sous un angle business ». Pour ceux qui souhaiteraient se faire accompagner, des prestataires peuvent néanmoins aider à développer cette vision stratégique en questionnant et en challengeant les membres de l'étude.

Quels moyens et quelles ressources ?

Une fois cette stratégie clarifiée, se pose la question des ressources et des outils. La mise en place du site web exige dans tous les cas l'intervention d'un prestataire, mais la production de contenu récurrent peut se faire soit en interne soit être déléguée à un prestataire. « La mise à jour régulière de son site web, explique Alexandra Kravtsoff, est une des clés de la qualité de son référencement naturel, cet investissement chronophage est souvent sous-estimé par les indépendants, c'est pour cela que nous leur proposons de les accompagner ». Si le notaire souhaite s'en occuper, il lui faut trouver un moment dédié et régulier pour s'occuper de cette communication web, où il pourra écrire les textes qu'il a prévus de publier, et envisager les prochaines publications en fonction de l'actualité juridique. Afin de réaliser le suivi de cette activité, il importe de se créer une liste d'indicateurs – nombre de textes produits, nombre de posts sur les réseaux sociaux, nombre de contacts/de followers – afin de déterminer à la fois la continuité de l'activité mais aussi son efficacité. « Un point important est que le site doit être à la hauteur des moyens de l'étude, afin que le notaire puisse effectuer un suivi de l'ensemble des publications sur le long terme car, si le contenu juridique restait en ligne alors que la loi avait été modifiée, les instances seraient en droit d'intervenir pour sanctionner le notaire ».

Quel contenu ?

Enfin, quand toutes les autres questions ont été abordées, se pose bien sûr celle du

contenu. Si les règles déontologiques sont effectivement contraignantes, elles offrent néanmoins un espace de liberté que les notaires gagnent à utiliser au maximum. Tous les facteurs pouvant rendre service aux clients potentiels doivent être mentionnés sur le site : les langues étrangères parlées, les spécialisations, les possibilités de médiation, mais également les accès pour les personnes en situation de handicap...

Sandra Barbet, de l'agence JourJ. buzz : « nous aidons les chambres régionales dans leur stratégie digitale »

« Nous travaillons avec plusieurs chambres départementales des notaires – Isère, Drôme, Hautes-Alpes – que nous aidons à passer à la communication digitale. Afin de donner de la visibilité à l'ensemble des notaires sur un maximum de problématiques, ces chambres avaient développé un magazine papier, « Passez à l'acte », qui était distribué en version papier avec le journal régional *Le Dauphiné Libéré*. Mais ils voulaient se rendre plus accessibles et rajeunir l'image du notariat, ils ont donc lancé une consultation à laquelle nous avons répondu. Nous leur avons alors conseillé de créer la version digitale de leur magazine papier et de communiquer sur les réseaux sociaux. De plus, puisque le notaire est un passage obligé pour de nombreux projets, nous avons souligné l'importance de valoriser les expertises sur lesquelles la profession était moins connue, comme, par exemple, les interventions au niveau du PACS... Ce sont les notaires qui rédigent le magazine et nous animons avec eux le comité éditorial. Afin d'orienter les thématiques à aborder, nous faisons, en amont, une étude de mots-clé qui permet de déterminer les requêtes en lien avec le notariat les plus fréquemment tapées dans les moteurs de recherche. Nous proposons ainsi des sujets, les notaires en écrivent d'autres de leur propre fait, nous récupérons les contenus, les optimisons pour le référencement naturel, les illustrons et les publions. Ces articles sont ensuite diffusés sur les réseaux sociaux des Chambres, notamment Facebook, Twitter et LinkedIn ».

Si le notaire est membre d'une association thématique – Notaires conseil d'entreprise, Notaires conseil de familles,... – ou d'un groupement, il est évident que ces affiliations sont rassurantes pour le client qui découvre l'étude à travers son site internet. Des photos des différents membres de l'étude ainsi que leur parcours et des liens vers des profils LinkedIn constituent une vraie marque de sérieux.

« Nous suggérons, a minima, précise Pascal Mendak, un site internet dynamique et vivant, différenciant, un court article par semaine rédigé par le notaire – 1 500 signes suffisent, et l'actualité est riche – et une viralisation du contenu sur les réseaux sociaux ».

La production d'articles en lien avec une actualité législative ou jurisprudentielle est l'occasion de mettre en avant à la fois son expertise et son pragmatisme, car l'enjeu pour la clientèle tient essentiellement à l'impact que cette évolution juridique aura pour eux. Il est indispensable que le site internet renvoie aux sites institutionnels où ces textes sont publiés. Tout contenu qui sera consulté, repris, commenté sur les réseaux sociaux, améliorera progressivement votre référencement. Il en est de même quand le notaire réalise des articles pour des publications externes sur lesquelles la structure et le nom sont mentionnés : *« Vous entrerez alors dans un cercle vertueux : plus vous serez visible, plus vous aurez l'opportunité d'être repéré par des prospects et plus vous serez sollicité pour rédiger sur une plus grande diversité de supports, améliorant ainsi la visibilité de votre communication web ».*

L'identité graphique du site est également un point central. Elle permet de donner une réalité visuelle au travail stratégique, car plus le notaire est clair sur son projet, plus il peut le transmettre dans la forme adéquate à travers le site internet. *« S'il convient bien sûr de respecter les principes fondamentaux de la profession – probité, intégrité, indépendance, confraternité, confiance – et de donner une image valorisante de la profession, le notaire peut librement faire appel à des créatifs pour créer un nom original et son logo. Cette démarche suppose au préalable de réaliser un benchmark*

de sites de la « concurrence », voire des autres professions comme les avocats, pour définir les tendances et apporter des axes différenciants. La création d'une « identité de marque » est, là aussi, un travail de professionnels qui nécessite, au préalable, une réflexion sur son positionnement pour des actions réussies ».

L'aspect visuel de la production en ligne est également très important. Cela peut passer par un travail sur le logo de l'étude et sur le graphisme et l'identité visuelle du site, mais également, de manière plus récurrente, par le choix de visuels de qualité pour accompagner les publications sur les réseaux sociaux, car cela joue énormément dans l'attractivité d'un contenu.

Jordan Belgrave

Arthur Cassagnau, président de Neonotario : *« les adwords rentrent dans le champ de la sollicitation personnalisée »*

« Le décret 2019-257 du 29 mars 2019 précise bien le cadre légal de la communication notariale. Comme l'a souligné Jean-François Humbert, président du CSN, « il ne faut pas confondre la sollicitation personnalisée avec la publicité et la communication de masse qui demeurent interdites ». Puisque les adwords ne s'adressent qu'à la personne qui effectue une recherche précisément en vue de trouver un notaire dans un endroit précis ou sur une thématique précise, il me semble assez clair que l'utilisation de cette technique de référencement constitue une sollicitation personnalisée. Le fait que la personne voit s'afficher en haut des résultats google un lien adwords vers le site web d'un notaire constitue une réponse à sa requête et pas une communication de masse ».

Vous êtes à la recherche de réponses sur le management de votre étude

Abonnez-vous gratuitement au Journal du Village des Notaires



Journal dédié au Management d'une étude notariale
vous y trouverez des dossiers pratiques, l'actualité des partenaires,
veille et actualités juridiques...

..... ✂

Étude :

Madame / Monsieur :

Prénom :

Nom :

Adresse :

Code Postal :

Ville :

Mail :

Téléphone :

Abonnement gratuit au Journal du Village des Notaires

« Conformément à la loi Informatique et libertés du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux données personnelles vous concernant. Pour mettre en œuvre ce droit, il vous suffit de nous contacter en nous précisant vos nom, prénom, adresse, e-mail : par mail à legiteam@legiteam.fr par courrier à LEGI TEAM, 198 avenue de Verdun - 92130 Issy-les-Moulineaux »



Le monde associatif est entré dans l'ère nouvelle du numérique

Se faire connaître et informer, sensibiliser des donateurs ou recruter des bénévoles... Face à de vrais besoins de communiquer, le secteur associatif a désormais recours à la digitalisation qui lie les nouvelles technologies à ses activités. Outils numériques de mobilisation citoyenne, les réseaux sociaux lui facilitent notamment l'accès à des publics enclins au bénévolat et au don, mais cependant vigilants quant à la transparence des bénéficiaires. Si bon nombre de responsables associatifs disent encore beaucoup attendre du numérique, une plus faible minorité estime en revanche sa transition digitale plutôt réussie.

71% des associations ont aujourd'hui leur site sur internet et 67% sont actives sur les réseaux sociaux, d'après l'étude nationale que Solidatech et Recherches&Solidarités ont menée au printemps 2019 auprès de 2 500 représentants associatifs.¹ Axé sur l'évolution des pratiques numériques au cours des trois dernières années, le troisième panorama publié en octobre révèle surtout une nette tendance à la rationalisation d'outils diversifiés sans cesse renouvelés pour gagner en efficacité par une mise en œuvre adaptée.

79% des répondants estiment en effet que ces outils contribuent à une gestion plus « efficace » des activités associatives et 75% les jugent à même d'« améliorer l'animation des réseaux ». Selon les témoignages recueillis, le numérique permet également de « mieux faire connaître l'association et ses actions » (74%), de « travailler plus facilement ensemble » (54%) et de « développer de nouveaux services » (50%).

Dans une proportion moindre, 39% y ont recours pour « rechercher des financements

et collecter des dons » tandis que 38% les utilisent pour « mobiliser de nouveaux bénévoles ». Pour atteindre toutefois ces objectifs « ambitieux », « il ne suffit pas de mettre en ligne une demande, qu'elle soit financière ou humaine, en espérant qu'elle croquera l'attention d'un donateur ou d'un candidat au bénévolat, » préviennent les auteurs de l'étude qui préconisent « une présentation attractive du projet, une organisation et une stratégie établies en amont, une communication adaptée et percutante, des relances, un suivi... »

Pour optimiser leur communication externe, les associations privilégient d'abord internet et les réseaux sociaux et elles sont de plus en plus nombreuses à créer des blogs (18%) dans le but d'améliorer leur référencement et leur visibilité. 34% diffusent une newsletter et 33% en ont une en projet. Des coûts trop élevés freinent en revanche l'utilisation de la vidéo depuis 2016. En interne, les structures se dotent principalement des outils numériques qui simplifient la comptabilité (48%) et la gestion (31%). 9% s'en servent

¹ - La place du numérique dans le projet associatif en 2019, Solidatech et Recherches&Solidarités, 3^{ème} édition, octobre 2019.

dans le cadre de la formation à distance et 18% les exploitent pour sensibiliser aux dons en ligne.

Seules 6% des associations en quête de ressources humaines ou financières passent par des plateformes dédiées, mais 37% envisagent de le faire, poussées par de très fortes attentes. Dans leur ensemble, elles sont cependant plus promptes à investir le champ des réseaux sociaux pour asseoir davantage une image, se rapprocher du public ou encore amplifier les collectes de fonds. En 2018, 58% des Français ont fréquenté ces réseaux (dont 31 millions via leur mobile) à raison de 1 h 22 par jour en moyenne.

Nouveau concept

Goodeed prospère depuis cinq ans sur le web où elle recueille les dons en ligne qu'elle redistribue à des associations en lutte contre les précarités et les exclusions ou engagées dans des programmes solidaires et citoyens, favorables à l'environnement, la santé, l'éducation et la défense des droits de l'homme. Pour ce faire, la jeune start-up applique son concept innovant du don gratuit : sans dépenser un centime, les internautes soutiennent les initiatives qu'ils sélectionnent sur son site par un simple visionnage de messages publicitaires.

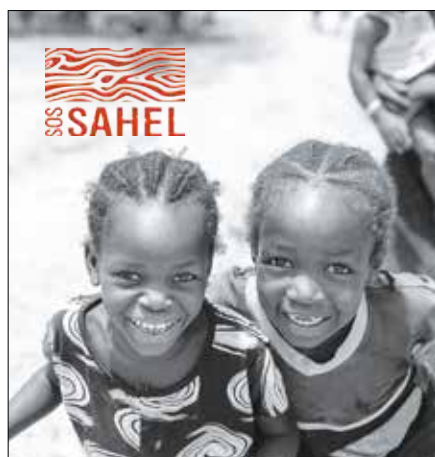
60% des revenus générés par les pubs financent les actions choisies et la part restante sert à assurer le fonctionnement de la plateforme et la communication autour des projets. Depuis sa création, Goodeed a collecté quelque 1,5 millions d'euros (M€) ; soit 39,5 M de dons gratuits au profit de 106

associations. Elle aspire à atteindre à court terme les 10 M€ pour financer 1 000 projets par la publicité solidaire. D'après la start-up dont la communauté rassemble aujourd'hui près de 339 000 membres, 80% de ses donateurs (alias les « gooders », ndlr) sont âgés de 18 à 35 ans.

2014 a été l'année du lancement de goodeed.com puis du développement « d'un système permettant de comptabiliser les vues vidéo en tant que dons gratuits aux associations », rappelle Lydie Herduin, responsable des partenariats et de la communication chez Goodeed. L'étape suivante a consisté à mettre au point, en moins d'un an, une application mobile gratuite sous iOS et Android pour « fidéliser la communauté » et « l'inciter à revenir soutenir les projets » constamment mis à jour.

« La plupart de nos utilisateurs sont des jeunes, beaucoup plus enclins à utiliser leur téléphone que leur ordinateur, » souligne Lydie Herduin, insistant sur l'aspect « pratique » d'une application qui « rend le don beaucoup plus accessible ». « Une manipulation prend très peu de temps, ajoute-t-elle, l'utilisateur choisit son projet, la publicité s'affiche mais il peut la skipper après 20 secondes pour valider le don. » Chacun peut ainsi en effectuer trois par jour.

Les spots engagés des annonceurs doivent être courts, ludiques et leurs contenus conformes à l'esprit du site. Goodeed accompagne par ailleurs plus d'une centaine de ses partenaires pour les aider à perfectionner une image de marque responsable et solidaire et à accroître leur



DONS - DONATIONS - LEGS - ASSURANCES-VIE

Notre objectif grâce à vous : éradiquer la faim au Sahel

SOS SAHEL est une ONG internationale, reconnue d'utilité publique, créée il y a 40 ans au Sénégal par le Président Léopold Sédar Senghor. 300 millions de personnes vivent dans notre zone d'intervention et sont concernées par nos actions de développement durable.

Vous pouvez nous aider ! Contactez-nous au :
 2 avenue Jeanne 92600 Asnières-sur-Seine
 Tél. : 01 46 88 93 70
legs@sossahel.org - www.sossahel.org



impact social. En matière de communication digitale, la start-up est également amenée à conseiller les associations « *dont certaines sont moins habituées à parler aux jeunes* ».

Par volonté de transparence, le blog medium.com/goodeed a été créé pour proposer le suivi des différentes actions que les organisations bénéficiaires (UNICEF, Programme alimentaire mondial, Secours populaire...) mènent au quotidien sur des terrains en difficulté. « *Les e-donateurs s'interrogent souvent quant à l'impact de leurs aides même s'ils ne déboursent pas d'argent, explique Lydie Herduin, nous leur donnons donc régulièrement des nouvelles pour les rassurer mais aussi pour les fidéliser tout en maintenant les liens de leur confiance.* »

Sur les réseaux sociaux que fréquente son importante communauté, Goodeed s'emploie à sensibiliser de futurs donateurs, et « *plus largement les jeunes et les moins jeunes* », aux multiples actions qu'elle accompagne. Elle compte à ce jour 30 000 abonnés sur Facebook, 5 000 sur Twitter, 3 700 sur Instagram et 2 000 sur LinkedIn.

Facebook en tête

Daté de 2017, le Baromètre Harris Interactive réalisé pour Communication sans Frontières et Facebook² montre que 100% des associations interrogées sont actives sur les réseaux sociaux où 29% des internautes suivent leurs actualités et 47% des socionautes partagent leurs publications. 94% des responsables associatifs jugent ces réseaux « *utiles* » pour mobiliser les citoyens et 73% pensent qu'y être présent améliore une image.

Présentée en juillet lors du premier Sommet Social Good de Facebook en France, l'enquête révèle également que 78% des associations y ont eu recours pour lancer des appels aux dons auxquels 19% des Français ont répondu, affirmant se sentir « *en confiance* ». Si 43% des internautes reconnaissent que la présence des associations sur les réseaux « *renforce leur confiance* », 19% déclarent toutefois attendre « *en priorité* » qu'elles soient transparentes sur leur fonctionnement. Rassemblant à lui seul près de 90% d'entre elles, Facebook est le plus prisé en France où il compte actuellement 37 M d'utilisateurs. Viennent ensuite Youtube (26 M), Snapchat

(13 M) et Instagram (11,8 M), d'après les chiffres que communiquent associatheque.fr et bridge-communication.com. Avec Twitter (14,1 M), LinkedIn (9,5 M) et WhatsApp (8,8 M), les réseaux sociaux prennent une part déterminante dans l'évolution des associations qui calquent désormais leurs stratégies de communication digitale sur les modèles des start-up et des entreprises.

Avec le renfort de *community managers* expérimentés, les organisations sont de plus en plus en capacité de créer le buzz. En 2019, des ONG environnementales, dont Greenpeace, ont ainsi largement relayé les images préoccupantes d'une planète encore plus dégradée qu'il y a dix ans. Des associations ont eu elles aussi un impact aussi fort dans l'opinion malgré des moyens plus restreints : à l'initiative d'Espoir et Création (Garges-lès-Gonesse), des jeunes du Val-d'Oise se sont lancés via Twitter des défis inter-cités pour nettoyer leurs quartiers (#MaCitéVaBriller). L'initiative devrait bientôt s'étendre aux villes et aux départements voisins.

À la mi-janvier 2020, l'antenne française du WWF (Fonds mondial pour la nature) a rapidement réuni 300 000 €, dont plus du tiers via Facebook, après son appel à la générosité pour secourir en Australie le milliard d'animaux menacés par les incendies. D'après France Générosités, les dons en ligne ne représentent pourtant qu'à peine 10% des montants collectés car « *les réseaux sociaux vont générer de l'engagement plutôt que du don en soi* », constate Charlotte Cordel, consultante digital chez Hopening.³ Or, l'exemple récent du WWF montre que la formule est toujours efficace lors de campagnes d'urgence ou en cas de catastrophes naturelles.

En l'espace de cinq ans, Facebook Donate a dépassé le seuil des 2 milliards de dollars récoltés dans le monde (issus pour moitié des cagnottes « *Anniversaires* »), enregistrant en 2019 une augmentation de 50% des fonds recueillis dont la SPA, la Ligue contre le Cancer et les Restos du Cœur sont habituellement les premiers bénéficiaires en France. En septembre dernier, Facebook a par ailleurs annoncé le lancement en Europe du sticker « *don* » dans les stories Instagram pour collecter sans frais les aides des

2 - « Les ONG, les réseaux sociaux et l'engagement citoyen en 2017 », *Baromètre Harris Intercative pour Communication Sans Frontières et Facebook*, Juillet 2017.

3 - « Comment promouvoir une association grâce aux réseaux sociaux », *flockler.com*, 11 janvier.

internautes qui seront entièrement reversées aux organisations sans but lucratif.

Lever les freins

La récente enquête opinion de Solidatech et Recherches&Solidarités¹ pointe néanmoins une très nette minorité d'associations qui estiment avoir atteint un degré satisfaisant de maturité dans leur processus de digitalisation. 21% se déclarent en effet « expérimentées », 21% « peu initiées » et 55% « en progrès ». Bon nombre de leurs représentants attendent pourtant beaucoup des outils numériques, comme en témoignent les 75% de sondés conscients que leur utilisation est « plutôt » (45%) ou « tout à fait » (30%) favorable à leurs actions.

Si l'offre en matière de nouvelles technologies dépasse désormais leurs attentes, une méconnaissance des outils semble freiner les associations dans leur évolution. Selon l'étude, le développement du numérique se heurte en effet à des difficultés d'ordre « stratégique » (19% des témoins interrogés), « technique » (34%) et « financier » (41%). Pour 57%, elles relèvent surtout du facteur « humain » lorsqu'il s'agit de « lever des appréhensions, trouver le temps et les compétences nécessaires ou maintenir les relations humaines au sein de l'association ».

Sur le web solidaire, des communautés permettent néanmoins de gommer les obstacles en proposant des solutions techniques qui facilitent le passage vers le digital. L'association de professionnels webassoc.org est au côté des organismes humanitaires, de solidarité et d'environnement pour les aider bénévolement « à se renforcer sur internet ». Le programme de solidarité numérique Solidatech met également à disposition des références et des équipements informatiques gratuits ou à tarifs réduits dans le cadre de partenariats. Le Label PANA sensibilise aux stratégies digitales tandis que le cycle de rencontres territoriales Résolutions Numériques accompagne les associations dans leur transition.

Précurseur en matière de révolution numérique, la plateforme d'outils en ligne AssoConnect propose pour sa part ses nouvelles méthodes de gestion qui simplifient considérablement les tâches nécessaires au fonctionnement d'une association. Née en

2014, elle est aujourd'hui partenaire de 10 000 structures adhérentes (Fédération française de Basket-Ball, Fondation Croix Rouge, SOS Racisme...), soit près de 2 millions de membres dans tous les secteurs d'activités.

Fin janvier dernier, AssoConnect a fait savoir qu'elle avait finalisé auprès d'investisseurs une levée de fonds de 7 M€ pour doubler ses effectifs (80 collaborateurs prévus en 2020), investir en recherche & développement, conforter son avance technologique et s'implanter davantage auprès des fédérations et réseaux d'associations. La start-up projette également de se développer sur le marché prometteur des États-Unis. « Nous passons à la vitesse supérieure », a commenté Arnaud de la Taille, cofondateur et CEO d'AssoConnect, à l'annonce de la nouvelle. « En aidant les associations à mener leurs projets, a-t-il poursuivi, c'est la société de demain que l'on dessine. »

Il reste à savoir si les plus hésitantes sauront à terme s'emparer du numérique pour ébaucher l'esquisse de leur transformation digitale.

Alain Baudin

Transmettez,
pour une promesse
de vie meilleure!

Enfants du Mékong permet à des enfants défavorisés d'Asie du Sud-Est de rejoindre les bancs de l'école, de suivre un enseignement de qualité, et de s'ouvrir au monde et à la société

Renseignements en toute confidentialité

Votre interlocutrice privilégiée
Marie-Gabrielle de Wolbock
Chargée des legs et donations

Ligne directe: 01 47 91 75 28
mgdewolbock@enfantsdumekong.com

Enfants du Mékong
 www.enfantsdumekong.com
 5, rue de la Comète 92588 Asnières-sur-Seine

Annuaire des Associations



Enfants du Mékong

5 rue de la Comète
92600 Asnières-sur-Seine
Contact : Marie-Gabrielle de Wolbock,
chargée de legs et donations.
Tél. : 01 47 91 75 28
Mail :
mgdewolbock@enfantsdumekong.com
Site web : www.enfantsdumekong.com

Enfants du Mékong se développe depuis 1958 pour répondre aux besoins des enfants en Asie du Sud-Est, et reconnaître leur dignité. Aujourd'hui, plus de 60 000 enfants sont soutenus et ont accès à l'éducation. Nous avons pour mission d'éduquer, former et accompagner les enfants et les jeunes. Nous agissons dans 7 pays : Vietnam, Thaïlande, Laos, Philippines, Cambodge, Birmanie et Chine.



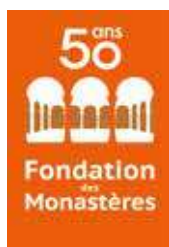
Fondation pour l'Aide à la Recherche sur la Sclérose En Plaques

14, rue Jules Vanzuppe
94200 Ivry sur Seine
Tél. : 01 43 90 39 39
Fax : 01 43 90 14 51
Site Web : www.arsep.org

La Fondation ARSEP est membre fondateur de l'UNISEP et de la FRC Issue de l'association ARSEP créée en 1969, la Fondation ARSEP est reconnue d'utilité publique.

Elle a 2 objectifs : financer les projets de recherche, et informer le grand public des avancées scientifiques, médicales et thérapeutiques liées à cette pathologie. La Sclérose En Plaques, maladie du système nerveux central invalidante, affecte près de 110 000 personnes en

France dont $\frac{3}{4}$ sont des femmes. 39 projets de recherche ont pu être financés en 2018 à hauteur de 2,3 millions d'euros. Les dons et legs sont une nécessité pour la Recherche.



Fondation des Monastères

14 rue Brunel
75017 Paris
Tél. : 01 45 31 02 02
Mail :
fdm@fondationdesmonasteres.org
Site Web :
www.fondationdesmonasteres.org

L'engagement d'un conseil expert aux côtés des notaires et de leurs collaborateurs

Depuis 50 ans, au sein d'une œuvre atypique, religieux et laïcs sont au service des communautés monastiques chrétiennes et de leur patrimoine religieux, culturel et artistique. La Fondation peut leur apporter un **soutien financier** sous la forme de subventions pour la conservation du patrimoine, l'aménagement des hôtelleries et lieux d'accueil, les aides sociales, mais aussi de prêts pour l'amélioration de leur outil économique. Elle leur propose, d'autre part, un **conseil administratif, juridique ou fiscal**. Reconnue d'utilité publique, elle recueille, dans ce but, tous dons, conformément à la législation fiscale sur les réductions d'impôts et les déductions de charges, ainsi que les donations et legs, en franchise des droits de succession.

L'**Espace Notaires** de son site, permet aux notaires et à leurs collaborateurs, d'accéder à une documentation adaptée aux libéralités à la Fondation des Monastères ainsi qu'aux spécificités des legs et donations aux

communautés religieuses, et donne de précieux conseils sur la rédaction des testaments en leur faveur.

Dans sa revue, *Les Amis des Monastères*, disponible à la vente au numéro et sur abonnement, elle présente, chaque trimestre, une chronique fiscale et juridique traitant des problématiques du monde monastique. À noter en particulier : la chronique *Moines et moniales, testateurs et héritiers*, parue dans sa version actualisée dans le n°191 (disponible à la Fondation au prix de 7€).

En 2019, la Fondation des Monastères invite ses partenaires notaires à célébrer avec les communautés, leurs amis et bienfaiteurs, cinquante années d'un défi plein d'avenir !



SOS SAHEL

2 avenue Jeanne
92600 Asnières-sur-Seine
Tél. : 01 46 88 93 70
Contact Responsable legs :
Mme Marie-Christine Mescola
Tél. : 01 46 88 93 77
Mail : legs@sossahel.org
Site Web : www.sossahel.org

SOS SAHEL est une ONG d'experts de la sécurité alimentaire des communautés rurales en milieu aride en Afrique.

Grâce à son expertise et son réseau professionnel, elle réalise des projets de développement social durable, économique et environnemental, comme l'agriculture, l'accès à l'eau, l'éducation, la lutte contre la désertification.

Créée il y a 40 ans, SOS SAHEL est reconnue d'utilité publique et membre du Comité de la Charte.



Le site 100% notaires



- L'actualité immobilière et légale
- Les clefs du management d'une étude notariale
- Annuaire des notaires de France
- Rubrique Emploi
- Tous les partenaires des notaires

www.village-notaires.com

Tribune THESAURUS



Complémentarité et indépendance : la combinaison gagnante pour la gestion privée ?

La complexité de l'environnement juridique et fiscal, l'inflation réglementaire ainsi que la dégradation des marges ont conduit nombre de structures de conseil patrimonial à se regrouper. Néanmoins, la question se pose : la concentration est-elle le seul levier de croissance possible pour la gestion privée ?

La multiplication des lois de finance rectificatives, l'inflation réglementaire, l'évolution de l'ISF en IFI, le prélèvement à la source ou la loi Pacte sont parmi les derniers exemples des mutations permanentes de l'environnement dans lequel évolue l'épargnant ainsi que celui qui a en charge de faire fructifier son patrimoine.

Pour ce dernier, ces transformations se juxtaposent à des contraintes supplémentaires, les plus prégnantes étant le durcissement de la réglementation et de la responsabilité, l'érosion des marges et la complexification des classes d'actifs.

D'ores et déjà intégrées des conseils en gestion privée, ces difficultés ont naturellement conduit ces professionnels à reconsidérer leur stratégie (montée en gamme du cœur de cible), leur offre et leur structuration.

C'est ainsi que l'on assiste depuis plusieurs années à une concentration des sociétés de gestion de patrimoine. Des rapprochements qui se déclinent sous différentes formes : associations sous divers statuts, développement de plateformes, rachat de clientèle, de titres, fusion de petites structures sont à présent monnaie courante dans le paysage français. Une tendance de fond qui a le mérite de permettre aux CGP d'atteindre la fameuse taille critique tout en préservant leur indépendance.

La pluralité d'expertises et de services, un besoin marché

Mais au-delà de conseils indépendants, la nouvelle clientèle au cœur du segment « gestion privée » affiche aujourd'hui des prétentions accrues, tant en terme de solutions patrimoniales que de services d'accompagnement. Les professionnels du patrimoine se doivent désormais de mettre à disposition de leurs clients des équipes d'experts qui savent fonctionner ensemble et partager leurs compétences tout au long de la chaîne de services.

C'est ainsi qu'en amont (l'analyse patrimoniale), certains CGP se sont alliés à des entités développant des activités complémentaires à leur cœur de métier. Des tentatives plus ou moins poussées ont vu le jour entre CGP et sociétés d'expertise-comptable, avocats d'affaires,... allant du simple partenariat à la création de sociétés inter-professionnelles.

La recherche de la complémentarité se joue désormais aussi en aval, c'est-à-dire dans la capacité du conseiller patrimonial à proposer un panel différenciant de solutions de placement. Encore atypiques, des rapprochements entre sociétés de gestion de patrimoine et sociétés spécialisées dans l'immobilier, la gestion d'actifs ou l'assurance commencent à apparaître.

Le Private Equity en première ligne

Portées par les actions volontaristes du gouvernement, affichant de belles rentabilités, les sociétés de Private Equity sont particulièrement concernées par de tels regroupements. Leur association avec les CGP présente des synergies économiques et financières évidentes.

Parmi les principaux atouts de ce mariage, citons la possibilité pour le conseiller patrimonial d'offrir à ses clients l'accès à des classes d'actifs élargies, maîtrisées, parfois construites pour eux sur-mesure, grâce à la spécialisation plus poussée des équipes. La gamme de solutions proposée est à la fois plus large et plus pointue, les services s'enrichissent.

Mais loin de n'être qu'un argument concurrentiel, la proposition d'une offre full service est aussi un gage de sécurité pour le cabinet de conseil. Elle facilite la création d'un fort lien de confiance avec le client dans le cadre d'une relation durable : l'enveloppe confiée s'en trouve ainsi maximisée. Elle permet en outre à la structure – parce qu'elle offre une pluralité de sources de rémunérations – de réduire sa dépendance aux tendances d'investissements et aux aléas du marché. Et en l'absence de toute relation d'exclusivité, l'indépendance est préservée...

*Réponse avec Cédric FORMAN,
directeur général de THESAURUS, société de conseil
indépendant en gestion privée.*

A propos de THESAURUS :

Créé en 1996 à Aix-en-Provence, THESAURUS est un acteur de référence du conseil indépendant en gestion privée, présent dans les principales villes de France. A travers **3 pôles d'expertise** (ingénierie patrimoniale, finance et immobilier), les **30 collaborateurs** du groupe accompagnent sur le long terme leurs clients particuliers et professionnels (chefs d'entreprise, cadres dirigeants, professions libérales, etc.) en apportant des solutions patrimoniales sur-mesure, via une analyse transversale de leur situation et en fonction de leurs projets. La maison, parmi les plus anciennes du secteur, propose un conseil libre à ses clients : son capital social est exclusivement détenu en interne.

L'expertissimmo



L'expertise en évaluation immobilière de qualité !

**Vous souhaitez connaître
la valeur de votre
bien immobilier ?**

**Contactez-nous
pour une
ÉTUDE APPROFONDIE
et SÉRIEUSE**

Guillaume Philippon

Certifié Expert Européen REV-TEGoVA

Tél. 09 62 63 95 41 - Portable 06 83 48 38 88

secretariat@lexpertissimmo.fr

*Certificat de formation
à l'expertise judiciaire
par Sciences Po Aix'*



Gérer la transaction immobilière n'a jamais été aussi **simple.**

Notiplus est la solution intelligente, connectée et responsable, qui simplifie la gestion des ventes immobilières dans votre étude. Véritable outil de production et de satisfaction client, Notiplus concentre des technologies de pointe dans une interface moderne et intuitive qui vous permet de collaborer avec un maximum d'efficacité et de vous concentrer sur votre cœur de métier.

www.notiplus.com



Notiplus SAS
112 avenue Kléber
75116 Paris

RCS Paris
n°829 551 050.



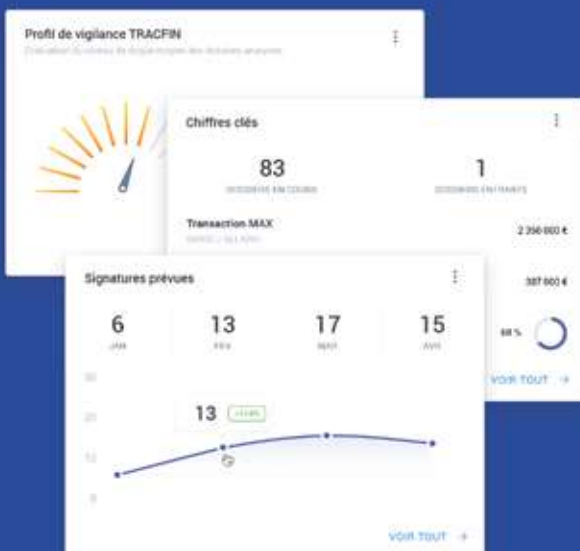


Transformez l'expérience de vos clients.

Proposez un parcours guidé, interactif et personnalisé aux couleurs de votre étude, qui simplifie les démarches de vos clients et valorise chacune de vos interventions, tout au long de la vente. Avec Notiplus, vous êtes au centre du dispositif et ça se voit.

Offrez de la sérénité à vos équipes.

Avec Notiplus les collaborateurs obtiennent des informations claires, complètes et organisées dans une interface moderne et intuitive qui révolutionne la gestion des ventes. Relances en un clic, rappels automatiques et alertes intelligentes... sur Notiplus, tout est prévu pour réduire les tâches superflues.



Mesurez votre activité en temps réel.

Notiplus vous offre une visibilité inédite sur la gestion des dossiers de vente en cours avec des indicateurs de performance et de qualité spécialement adaptés aux besoins du notariat. Notiplus vous permet également d'anticiper l'évolution de votre activité avec l'aide d'algorithmes propriétaires qui analysent les données de votre étude en temps réel pour vous proposer des projections statistiques de l'activité à venir.

Activation en moins de 5 minutes
Aucune installation requise

Demandez une démonstration sur www.notiplus.com

PARTIE 1 : LA RESPONSABILITE NOTARIALE

Le notaire, en tant qu'officier public ministériel, est investi du pouvoir d'authentifier les actes qu'il rédige. Il leur confère à la fois force probante renforcée, force exécutoire, et opposabilité aux tiers. Cette importante fonction d'authentification lui impose en retour des devoirs professionnels étendus. Le notaire doit assurer l'efficacité et la validité des actes qu'il rédige. Durant l'établissement de ces actes, il ne doit pas commettre de faute de nature à engager sa responsabilité. Pour cela, il doit veiller à respecter son devoir de conseil et d'information et doit procéder à la vérification des informations essentielles à l'acte. Ces obligations pesant sur le notaire peuvent conduire à l'engagement de sa responsabilité en cas de manquement. Accompagnant le sort commun des responsabilités professionnelles, la responsabilité notariale s'est accentuée. En effet, durant ces derniers mois, la jurisprudence a eu tendance à engager la responsabilité du notaire n'ayant pas respecté ses obligations (I). Cependant, dans le même temps, la jurisprudence a su tempérer l'engagement de la responsabilité du notaire en l'écartant dans certaines situations (II).

I : LA RESPONSABILITÉ DU NOTAIRE : UNE CHARGE CONSÉQUENTE

En raison de l'importance de son pouvoir d'authentification et des conséquences qui en découlent, il est logique que la responsabilité pesant sur le notaire soit une charge conséquente : cette responsabilité constitue certainement l'un des plus grands dangers de cette profession. En effet, elle peut facilement être engagée en raison de l'étendue de l'obligation de conseil et de mise en garde incombant au notaire, dont le moindre manquement est un facteur de responsabilité (A). Aussi, le notaire se doit de rédiger chaque acte avec une grande justesse et ce, sans faire peser sur le client des coûts inutiles au risque d'engager sa responsabilité (B). Enfin, le notaire doit procéder à toutes les vérifications nécessaires à l'efficacité de l'acte (C).

A : Manquement à l'obligation de conseil et de mise en garde, facteur de responsabilité

La responsabilité du notaire est régulièrement mise en cause généralement pour défaut

de conseil et de mise en garde. Ainsi, si cette obligation emporte la nécessité pour le notaire d'expliquer au client à la fois la portée, les effets et les risques du contrat (1), il doit également veiller à ne pas faire subir une perte de chance au client (2). Enfin, cette responsabilité est si lourde qu'elle impose au notaire de s'assurer de l'intention finale et réelle du client (3).

La nécessité pour le notaire d'expliquer au client la portée, les effets et les risques du contrat

Cass. Civ., 1^{ère}, 09 mai 2019 n°18-12.445

En l'espèce, les consorts Y... vendirent à M. Z... un bien immobilier par acte authentique reçu par Me X..., notaire. Ce bien avait fait l'objet d'une précédente vente, ultérieurement annulée, dont le prix avait été financé par un prêt consenti par la société B (la banque), laquelle avait inscrit un privilège de prêteur de deniers, non purgé. Me X..., le notaire, fut désigné séquestre du prix de vente — ce dernier ayant été affecté en totalité en nantissement au profit de l'acquéreur, à la garantie de l'apurement de la situation hypothécaire, le tiers convenu ayant pour mission de remettre les fonds aux créanciers inscrits ou aux titulaires des droits publiés.

En décembre 2011, la banque délivra à l'acquéreur un commandement de payer valant saisie immobilière pour le recouvrement de sa créance de restitution du capital prêté lors de la précédente vente mais cette procédure fut annulée par un arrêt du 11 février 2014. Toutefois, reprochant au notaire, Me X..., un manquement à son devoir de conseil eu égard aux risques inhérents au privilège du prêteur de deniers grevant l'immeuble, l'acquéreur (M. Z...) forma une demande en indemnisation à l'encontre de ce dernier.

Par un arrêt rendu le 14 novembre 2017, la cour d'appel de Caen rejette la demande de l'acquéreur (M. Z...) aux motifs que le notaire s'était fait délivrer un état hypothécaire avant de recevoir la vente, et qu'il avait inséré à l'acte une clause de séquestre du prix de vente permettant à l'acquéreur d'éviter le risque d'une éviction.

Cet arrêt amène donc à la question suivante : le notaire peut-il voir sa responsabilité engagée au titre de son devoir de conseil en cas de persistance, au jour de la vente, d'une inscription de privilège de prêteur de deniers sur l'immeuble vendu ?

Suite au pourvoi formé par M. Z... l'acquéreur, la Cour de cassation casse et annule l'arrêt attaqué en ce qu'il rejette la demande d'indemnisation, en rappelant qu'en vertu de **l'article 1382 (devenu 1240) du Code civil**, le notaire est tenu d'éclairer les parties et d'appeler leur attention, de manière complète et circonstanciée, sur la portée, les effets et les risques des actes auxquels il est requis de donner la forme authentique. En l'espèce, le notaire n'a pas rempli son devoir de conseil relatif aux risques tenant à la persistance, au jour de la vente, d'une inscription sur l'immeuble vendu d'un privilège de prêteur de deniers.

À RETENIR

Il convient donc, pour le notaire, de vérifier l'existence ou non d'un privilège de prêteur de deniers qui aurait été constitué en garantie sur l'immeuble objet de la vente. Et, dans l'affirmative, le notaire se doit d'expliquer précisément la portée, les effets et les risques d'un tel mécanisme aux acquéreurs — sachant que l'insertion d'une clause de séquestre du prix de vente dans l'acte, permettant à l'acquéreur d'éviter une éviction, ne suffit pas à couvrir cette obligation incombant au notaire.

L'engagement de la responsabilité du notaire pour perte de chance subie par le client

Cass. Civ., 1^{ère}, 22 mai 2019 n° 18-13.325

En l'espèce, le 25 mars 2008, M. et Mme A...-F... ont promis de vendre aux consorts C..., par acte sous seing privé comprenant une clause de garantie d'actif et de passif et reçu par Me W..., les parts de la société JPN — laquelle détenait l'ensemble des parts de la société « Au Lucotel », exploitante d'un fonds de commerce. Dans la perspective de cette vente, M. C... a fait réaliser une étude prévisionnelle par un expert-comptable, ce dernier ayant communiqué un chiffre d'affaire d'environ 680 000 euros à l'issue de cette étude.

Le 29 mai 2008, M. et Mme A...-F... ont effectivement vendu aux consorts C... lesdites parts, et ce par un acte authentique rédigé par Me W...

Cependant, reprochant au notaire d'avoir méconnu son obligation de conseil et à l'expert-comptable de ne pas les avoir correctement informés sur le chiffre d'affaires de la société JPN, les consorts C... les ont assignés en responsabilité et indemnisation.

Par un arrêt rendu le 23 janvier 2018, la cour d'appel d'Angers accueille favorablement — mais en partie seulement — la demande des consorts C... en condamnant solidairement le notaire et l'expert-comptable à payer une indemnité pour perte de chance du fait qu'ils n'avaient pas invité les cessionnaires à une certaine prudence en raison d'un prévisionnel fondé sur des données périmées (le chiffre d'affaire étant en réalité au 31 mars 2008 de 540.000 euros environ). En parallèle, la cour d'appel a rejeté la demande des cessionnaires portant sur l'engagement de la responsabilité du notaire quant à la méconnaissance de son devoir de conseil à l'égard des conséquences engendrées par la restriction apportée à la garantie d'actif stipulée dans la promesse de cession initiale dans la mesure où les consorts C... ne rapportaient pas la preuve d'un préjudice en lien de causalité avec cette faute du notaire (*il faut toutefois souligner que ce dernier moyen, relatif au triptyque faute - préjudice - lien de causalité, ne nous concerne pas ici*).

Il convient donc de se demander : le notaire peut-il voir sa responsabilité engagée pour perte de chance si celui-ci n'attire pas l'attention des cessionnaires à raison d'un prévisionnel fondé sur des données qui ne sont plus à jour ?

Suite au pourvoi formé par M. et Mme C..., la Cour de cassation, dans un arrêt rendu le 22 mai 2019, confirme la solution rendue par la cour d'appel d'Angers, et ainsi, réaffirme que constitue une perte de chance le fait que le notaire n'invite pas les cessionnaires à une certaine prudence en raison d'un prévisionnel fondé sur des données périmées. La responsabilité du notaire est donc engagée sur ce point, celui-ci ayant failli à son devoir de mise en garde.

Cass. Civ., 3^e, 23 mai 2019 n°17-17.908

En l'espèce, par acte reçu par Me Y avec le concours de Me E..., M. X... a acquis de la société financière F des lots d'un immeuble en cours de rénovation. Cependant, le chantier a été abandonné, et la société F placée en liquidation judiciaire.

M. X... a donc assigné le notaire en responsabilité pour manquement à son devoir de conseil dans la mesure où il ne lui a pas proposé une réitération de la vente sous le régime de la vente en état futur d'achèvement (VEFA).

Le 31 janvier 2017, la cour d'appel de Caen fait droit à la demande de M. X... et déclare le notaire responsable de la perte de chance subie par M. X...

Le notaire se pourvoit donc en cassation et conteste l'arrêt rendu par la cour d'appel de Caen au motif que la vente instrumentée n'était pas comprise dans le secteur protégé imposant l'application du régime de la VEFA puisque les lots acquis par M. X... figuraient au sein d'un ensemble immobilier à usage de résidence hôtelière.

Ainsi, la question se pose de savoir : le notaire est-il tenu au titre de son obligation de conseil et d'information, de proposer à l'acquéreur de réitérer la vente sous le régime de la VEFA lorsque le projet de rénovation est abandonné ?

Par un arrêt rendu le 23 mai 2019, la Cour de cassation affirme que le contrat préliminaire de réservation mentionnait la vente d'un deux pièces en duplex avec mise en place d'une copropriété tandis que l'acte authentique stipulait que les locaux achetés étaient à usage d'habitation. Par conséquent, peu importaient les modalités de gestion en résidence hôtelière de ce bien ou de l'immeuble dont il dépendait : le régime protecteur de la VEFA prévu par **l'article L.261-10 du Code de la construction et de l'habitation** est applicable. De ce fait, la responsabilité du notaire est engagée pour défaut de conseil puisque celui-ci aurait dû proposer à M. X... la réitération de la vente sous le régime de la VEFA.

La nécessité pour le notaire de s'assurer de l'intention du client

Cour d'appel de Montpellier, 05 septembre 2019 n° 15-040.54

Dans cette affaire, M. A... a acquis un appartement à Montpellier en 2007 à l'aide d'une somme en partie prêtée par sa sœur (Mme A...). En 2012, cette dernière envisage de s'installer sur Montpellier et acquérir des droits sur l'appartement acheté par M. A...

Le 02 février 2013, M. A... et Mme A... signent un contrat portant sur la cession d'un droit d'usage et d'habitation au profit de Mme A — le contrat ayant été reçu par Me N...

Quelques semaines plus tard, Mme A... renonce à son projet et, pensant détenir l'usufruit de l'appartement, envisage de le mettre en location. Or, le contrat signé entre elle et son frère ayant pour objet la cession d'un droit d'usage et d'habitation et non pas une cession d'usufruit, cela est impossible.

Par conséquent, Mme A... assigne son frère ainsi que le notaire devant le TGI de Montpellier. Dans un jugement rendu 19 mai 2015, le TGI considère que le consentement de Mme A... a été vicié par erreur sur la substance de la chose objet du contrat, ce qui entraîne l'annulation du contrat litigieux et l'engagement de la responsabilité du notaire pour manquement à son devoir de conseil et d'information vis-à-vis de Mme A...

M. A et le notaire font alors appel du jugement rendu par le TGI de Montpellier au premier motif que l'acte notarié ne pouvait être annulé pour erreur sur la substance — dans la mesure où il était parfaitement clair et que Mme A... n'ayant jamais entendu louer l'appartement — et au second motif que le notaire n'avait pas manqué à son obligation d'information. De son côté, Mme A... sollicite la confirmation du jugement en ce qu'il a prononcé la nullité de l'acte notarié pour erreur sur la substance et retenu la responsabilité du notaire pour un défaut d'information.

La question se pose donc de savoir si la responsabilité du notaire peut-elle être engagée pour défaut de conseil et d'information lorsque la cliente signe un contrat emportant cession d'un droit d'usage et d'habitation alors qu'elle pensait signer un contrat emportant cession d'usufruit ?

Par un arrêt rendu le 5 septembre 2019, la cour d'appel de Montpellier confirme le jugement attaqué : la responsabilité du notaire est engagée pour défaut de conseil et d'information. En effet, le notaire est tenu d'assurer la validité et l'efficacité des actes qu'il instrumente, cela implique notamment de rechercher quelle est l'intention des parties et quel but ils poursuivent. Or, Me N... n'a pas cherché à connaître la volonté réelle de Mme A...

À RETENIR

Le devoir de conseil et d'information incombant au notaire ne s'arrête pas seulement aux questions posées par le client. Il est donc essentiel pour le notaire de s'appliquer à rechercher la volonté finale du client afin de lui prodiguer les meilleurs conseils possibles, ce dernier n'ayant pas les connaissances juridiques suffisantes pour déterminer, seul, ce qu'emporte tel ou tel contrat.

CONSEIL PRATIQUE

Dans la mesure où il est difficile pour le notaire de se départir de son éventuelle responsabilité, il est fortement recommandé d'insérer dans l'acte une clause de reconnaissance de conseils donnés destinée à caractériser l'exécution de ses obligations par le notaire. Ce type de clause, qui s'est développé grâce à la pratique notariale, prend en considération de manière circonstanciée la qualité ou la connaissance des parties à l'acte. Cela permettra notamment au notaire de se pré-constituer une preuve dans l'hypothèse où il serait assigné en responsabilité par un client.

En revanche, pour qu'une telle clause soit efficace, on rappelle qu'elle doit :

> être spéciale : elle doit préciser les conseils donnés et les diligences accomplies par le notaire, ainsi que les décisions prises par les clients suite aux conseils. - ainsi, si le client entend passer outre les conseils du notaire, il est préférable de le lui faire clairement constater dans un document écrit, afin que les juges du fonds (en cas de contentieux) puissent relever qu'il avait bien compris que son choix différait de celui préconisé par l'officier public.

> être annexée à l'acte ou retranscrite dans l'acte lui-même. Néanmoins, le mieux est de recourir à l'acte séparé afin de renforcer la portée du conseil et la valeur du consentement des parties.

A noter que dans le cas contraire, elle serait réputée non écrite.

B : L'engagement de la responsabilité du notaire ayant régularisé un certificat de mutation inutile

Cass. Civ., 1^{ère}, 05 juin 2019, 18-16.831

En l'espèce, T...U et B...K, mariés sous le régime de la communauté universelle avec clause d'attribution intégrale de la communauté sont décédés respectivement le 19 avril 2011 et le 11 avril 2012, ab intestat. Leur communauté de biens comprenait notamment les parts sociales de l'EURL fondée par T...U dont il était l'associé unique.

La SCP (office notarial) est chargée de régler la succession de Madame B...K, sachant que celle-ci laisse pour lui succéder les trois enfants du couple, à savoir C, D et F. Mais les frais et émoluments notariaux comprenaient une somme de 186 200 euros correspondant à la rédaction d'un certificat de propriété des parts sociales — somme directement prélevée sur le compte de l'indivision successorale.

Mme C... (épouse L), assigne le notaire en responsabilité et indemnisation pour défaut de conseil et d'information au motif que le certificat rédigé est inutile.

Par un arrêt rendu le 03 mai 2017, la cour d'appel de Paris fait droit à la demande de Mme C... et considère que la SCP a commis une faute, en établissant un acte inutile et en manquant à son obligation d'information et de conseil.

La SCP forme alors un pourvoi en cassation. Elle conteste l'arrêt rendu par la cour d'appel de Paris au motif que le notaire est tenu de s'assurer de la validité et de l'efficacité des actes qu'il instrumente. En l'absence de titre du de cujus, établissant *erga omnes* les droits de cette dernière sur les parts sociales dont elle a elle-même hérité, il appartient au notaire, en charge du règlement de la succession, d'établir le certificat de propriété de ces parts au de cujus afin de pouvoir délivrer à ses héritières un titre établissant leur qualité de propriétaire.

La question se pose donc de savoir : le fait pour le notaire d'établir un acte inutile est de nature à engager sa responsabilité pour manquement à son devoir de conseil et d'information ?

Le 05 juin 2019, la Cour de cassation rejette le pourvoi formé par la SCP et confirme l'arrêt attaqué, considérant que la responsabilité du notaire est engagée pour défaut de conseil et d'information au motif que les statuts de la société ont été mis à jour selon une décision du 29 avril 2011 et mentionnant B... K... comme associée unique, et qu'ils ont fait l'objet d'un dépôt auprès du tribunal de commerce au mois de mai 2011. Par conséquent, la cour d'appel a pu déduire qu'en l'absence de toute publicité nécessaire relativement à la modification de l'identité de l'associée unique d'une entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, la SCP avait commis une faute en établissant inutilement, au mois d'octobre 2012, un certificat de propriété des parts sociales.

A RETENIR

Le notaire ayant régularisé un certificat de mutation inutile voit sa responsabilité engagée.

C : Les vérifications du notaire, un devoir essentiel à l'efficacité de l'acte

Parmi les nombreuses obligations incombant au notaire se trouve l'obligation d'assurer l'efficacité des actes qu'il dresse. En effet, en sa qualité de rédacteur, il doit procéder à un certain nombre de vérifications afin de faire en sorte que l'acte puisse être mis en œuvre sans encombre. Cette obligation a été illustrée dans la jurisprudence récente dans diverses décisions. La Cour de cassation a, effectivement, dû traiter de la vérification des fonds d'une opération par le notaire (1), de la purge des sûretés réelles prises sur l'immeuble lors d'une vente (2), de la vérification de la situation administrative de l'immeuble objet de la vente (3) ainsi que de la vérification de la conformité d'un procès-verbal d'assemblée générale d'une ASL (4).

La nécessaire vérification de l'origine des fonds de l'opération

Cass. Civ. 1^{re}, 22 mai 2019, n° 18-12.101

Dans la décision en présence, un notaire procède à la vente d'un ensemble immobilier par une SCI. Cette opération comporte des éléments complexes et se fait dans des circonstances pouvant ouvrir à des soupçons sur la provenance des sommes utilisées. Le notaire rédige toutefois l'acte.

Le notaire, dans le cadre de poursuites disciplinaires orchestrées par le procureur de

la République, voit son acte remis en cause devant les juges du fond.

Le 25 janvier 2018, la cour d'appel d'Aix-en-Provence condamne le notaire et retient qu'il doit vérifier l'origine des fonds et procéder à une déclaration auprès de la cellule Tracfin en vertu de son obligation de lutte contre le blanchiment de capitaux établie par les **articles L. 561-1 et suivants du Code monétaire et financier** dès lors que les circonstances ne permettent pas d'exclure tout soupçon sur la provenance des sommes en cause. Les juges du fond retiennent que le professionnel a, en l'espèce, commis un manquement disciplinaire et le condamnent à une interdiction d'exercer.

Le notaire doit-il vérifier l'origine des fonds de l'opération qu'il instrumente dès lors qu'il est alerté par les circonstances de la vente ?

L'arrêt d'appel est cassé le 22 mai 2019 pour défaut de base légale car le caractère illicite ou frauduleux de l'opération d'espèce n'a pas été caractérisé ; le raisonnement de la cour d'appel n'est néanmoins pas contredit. Ainsi, l'obligation de lutte contre le blanchiment de capitaux n'est pas remise en cause et le notaire est, de ce fait, tenu de vérifier l'origine des fonds si la situation est de nature à l'alerter afin de s'assurer de ne pas rédiger un acte contraire à la légalité.

Il ressort également de cette décision que le notaire n'est pas tenu de préciser dans l'acte que la procuration accordée par une **partie lui est annexée** ; il suffit que ladite procuration soit effectivement annexée à l'acte.

CONSEIL PRATIQUE

Malgré les exigences de secret professionnel, dès que le notaire se trouve pris d'un doute concernant l'origine des fonds utilisés dans l'opération qu'il instrumente, il doit procéder aux vérifications nécessaires pour confirmer ou infirmer son doute afin d'éviter de rédiger un acte authentique contraire à la légalité et doit procéder à une déclaration auprès de la cellule Tracfin.

Master II Droit Notarial UNIVERSITE MONTPELLIER I Promotion 2019-2020

Travaux réalisés par Leopoldo PANIZZA, Julia PUJOL, Lucie ROCHE, Louis-Romain ROUSTAN et Elisa VRIGNAUD.

Agenda



LA PLACE DES FEMMES DANS LES MÉTIERS DU DROIT

9 mars 2020 - Paris

- **Organisateur : Institut national des formations notariales**
- **Tél. :** 01 43 87 44 07
- **Lieu :** Chambre des notaires de Paris, 12 avenue Victoria, Paris 75001.
- **Inscriptions obligatoires (nombre limité de places) :** <https://www.infn.fr/journees-infn/>

L'Institut national des formations notariales (INFN) et la Chambre des Notaires de Paris organisent lors de la journée citoyenne du 9 mars 2020 une table ronde sur la place des femmes dans les métiers du droit.

Voici les grandes thématiques abordées lors de cette table ronde :

- Quelles sont les causes de ce phénomène constant de féminisation des métiers du droit ?
- Quelles sont les limites auxquelles se heurte ce phénomène de féminisation dans certains métiers ?
- Quels sont les remèdes envisagés ou

envisageables pour atténuer les effets pervers d'une trop forte féminisation de certaines professions ou d'une trop faible féminisation de certaines fonctions ?

116^{ÈME} CONGRÈS DES NOTAIRES

4 au 6 juin 2020

- Paris
- **Organisateur :**
Congrès des Notaires de France
- **Site Web :** www.congresdesnotaires.fr

Le 116^{ème} Congrès des Notaires de France a choisi de travailler sur le sujet de la protection, dans sa dimension affective.

Notre immersion au quotidien dans la réalité de la vie de nos concitoyens et dans les méandres des règles qui nous gouvernent, nous permettent de faire un état des lieux de cette protection que le législateur tente d'apporter et que les magistrats essaient de préserver.

Force est de constater que depuis de nombreuses années l'État s'est positionné en tant que « Providence ». La population attend désormais protection et secours.

Le besoin de protection s'est concrétisé par une multiplication de textes qui encadrent notre quotidien dans un carcan rigide.

Un constat s'impose cependant : face à la complexité des règles, à la surabondance

des lois, à la pression des lobbys ainsi qu'à l'évolution des mentalités et des modes de vies, la protection tant recherchée est parfois bien loin d'être assurée.

Les réformes se succèdent à un rythme effréné, elles se superposent, s'entrechoquent, se contredisent et génèrent un sentiment d'insécurité qui pousse nos concitoyens à rechercher une protection tous azimuts.

Par ailleurs, la notion de protection est souvent une question d'équilibre. Donner plus de protection à l'un revient souvent à en enlever à l'autre.

Il faut donc trouver le juste milieu qui protégera toutes les parties et qui, pour ce faire, assurera d'une part l'équilibre du contrat et d'autre part sa fiabilité.

Dans ce contexte et à cet effet, le rôle que jouera le notaire sera déterminant.

Le 116^{ème} Congrès des Notaires de France a pour ambition d'analyser les moyens de protéger les personnes vulnérables, les proches ainsi que le logement, l'habitat et le cadre de vie, mais aussi d'évoquer les améliorations qui s'imposent et le rôle que joue le notaire dans ce domaine.

Retrouvez le Journal du Village des Notaires sur le stand Y35 !

Le Journal du Village des Notaires

PUBLIÉ PAR LEGI TEAM

198 avenue de Verdun
92130 Issy-les-Moulineaux
RCS B 403 601 750

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Pierre MARKHOFF
pmarkhoff@legiteam.pro

ABONNEMENTS

smorvand@village-notaires.pro
Tél : 01 70 71 53 80

IMPRIMEUR

JF IMPRESSION

Garo Sud
296 rue Patrice Lumumba
CS97874
34075 Montpellier Cedex 3

PUBLICITÉ

Régie exclusive : LEGI TEAM
198 avenue de Verdun
92130 Issy-les-Moulineaux
Tél : 01 70 71 53 80
Fax : 01 46 09 13 85
Site : www.legiteam.fr

RESPONSABLE

Sandrine MORVAND
smorvand@village-notaires.pro
Tél. : 01 70 71 53 88

N° ISSN 2103-9534

MAQUETTE

Cyriane VICIANA
pao@legiteam.pro

DIFFUSION

5 000 exemplaires



NOTAIRE ASSISTANT EN ACTES COURANTS DROIT (H/F) – PARIS

Notaire Assistant(e) avec une belle perspective d'évolution, spécialisé(é) en Actes Courants et en droit international. Collaborateur confirmé pour rejoindre son département immobilier, afin d'accompagner le développement de son activité (encadrement d'équipe, gestion de la clientèle, solides compétences techniques...). Diplômé notaire, futur notaire salarié, vous disposez d'une expérience d'au moins 2-3 années au sein d'un office notarial. Vous maîtrisez l'anglais.

Profil recherché :

- Issue d'une formation initiale en Notariat, vous avez une première expérience sur un poste similaire ;
- Sympathique, dynamique, précis(e) ;
- Excellente orthographe, excellente élocution.
- Contrat : CDI
- Horaires : Temps Plein
- Localisation : Paris
- Salaire : Selon profil

Envoyez-nous vite votre CV à l'adresse suivante : [Team3\[@\]teamrh.com](mailto:Team3@teamrh.com) en précisant la référence **Team3465VJustice**.

COLLABORATEUR AUTONOME, NOTAIRE STAGIAIRE OU ASSISTANT DROIT IMMOBILIER ACTES COURANTS (H/F) – LIMAY

OFFICE NOTARIAL DE LIMAY (78) dans le cadre de son développement recherche clercs avec expériences et/ou notaire stagiaire ou assistant pour service droit immobilier, acte courants. Autonomie et rigueur sont requises. Evolution possible.

Merci de candidater à sylvainlefebvre@notaires.fr sous référence **Vjustice**.

ASSISTANT AUX FORMALITÉS (H/F) – PARIS

Leader français en gestion et acquisition de créances, iQera accompagne les

grandes entreprises et les institutions financières à chaque étape de leur relation financière client en associant culture de l'excellence opérationnelle, intelligence artificielle & humaine. Son ambition est d'offrir à ses clients la meilleure expérience et répondre à leurs enjeux de pilotage des risques, de performance et de transformation. iQera s'appuie sur les talents de plus de 2100 collaborateurs répartis sur 13 sites dans 6 pays.

Vos missions :

Le pôle Garanties a pour objectif d'assurer la bonne administration des titres et garanties, en lien avec les équipes opérationnelles. Vous aurez en charge :

- La bonne administration des titres et garanties (enregistrement, sécurisation, renouvellements, mainlevées) en interaction avec les équipes opérationnelles.
- L'ouverture des dossiers : demande et/ou analyse de pièces (états hypothécaires, relevés de propriété, état civil)
- La saisie informatique des titres constitutifs des garanties, des bordereaux d'inscription etc.
- L'interface avec les professionnels concernés : notaires, huissiers, préfecture, greffe
- Le suivi des dossiers : rédaction de courriers et pièces, numérisation et archivage
- L'alimentation du dossier du propriétaire : recensement et numérisation de bordereaux de cession

Votre profil :

Vous êtes titulaire d'un Bac+2/3 en droit (BTS Notariat, licence professionnelle) et bénéficiez d'une première expérience dans le notariat. Vous maîtrisez les formalités et la constitution d'un dossier.

Synthétique, rigoureux(se) et appréciant le travail en équipe, vous êtes à l'aise avec les outils bureautiques et avez développé un véritable sens du service.

Forts de notre positionnement marché, d'une culture portée par la technologie, les expertises de pointe et l'intelligence humaine, nous développons l'ambition de devenir un acteur incontournable de la transformation de notre métier. Notre objectif : améliorer la relation financière client de nos entreprises clientes et répondre à leurs enjeux de performance. Si vous souhaitez participer à notre aventure, et bénéficier de nos opportunités, rencontrons-nous !

Notre groupe est engagé dans une politique en faveur de l'intégration et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap. Tous nos postes vous sont ouverts.

Merci de candidater à rkikumbidi@mcsfr.com sous référence « **villagejustice** ».

CLERC RÉDACTEUR (H/F)- LAVAL

L'agence SBC recrute pour son client, étude notariale située à Laval, un CLERC REDACTEUR H/F.

Sous la direction des notaires associés, vous prenez en charge différents types de dossiers, principalement de ventes immobilières et de successions.

A ce titre, vous devez :

- effectuer les formalités préalables
- rédiger les actes notariés
- assurer un suivi des dossiers

De formation notariale (licence professionnelle, DIMN...), vous avez un minimum de 2 à 3 ans d'expérience sur un poste similaire, et êtes polyvalent en droit immobilier et droit de la famille. Le poste est également ouvert aux profils notaires stagiaires.

Merci de candidater à sbc-nantes-2.31179258@applicount.com sous référence **clerc-53-ac-1-Vjustice**.

JURISTE NOTAIRE VEFA (H/F) – PARIS 9

Gitec recherche pour l'un de ses clients un(e) Juriste notaire dans le cadre d'une mission en intérim de 6 mois.

Le poste est à pourvoir de suite à Paris.

Vos missions seront les suivantes :

- Rédaction d'actes (actes de ventes, VEFA... etc.)
- Rassembler les pièces administratives nécessaires à la constitution des dossiers
- Gestion clients.

Vous avez au moins 3 ans d'expérience dans une étude notariale

Vous avez une bonne capacité d'encadrement.

Merci de candidater à gitec.31115187@applicount.com sous référence **4704-Vjustice**.

Le Journal du Village des Notaires

Retrouvez votre journal au 116^{ème} Congrès des Notaires

Du 4 au 6 Juin 2020 à Paris



Réservez votre espace publicitaire pour le numéro "Spécial Congrès"



Village des Notaires
Sandrine Morvand
01 70 71 53 88
smorvand@village-notaires.com
www.legiteam.fr

50^{ans}



Fondation
des
Monastères

•
Un défi
plein d'avenir

L'engagement d'un
conseil expert

aux côtés des **notaires**
et de leurs collaborateurs

www.fondationdesmonasteres.org

Espace Notaires

Legs, donations,
assurances-vie

Depuis 50 ans, au sein d'une œuvre atypique,
religieux et laïcs sont au service des communautés
monastiques chrétiennes et de leur patrimoine.

Service Legs et donations

14 rue Brunel - 75017 Paris
legsetdonations@fondationdesmonasteres.org

01 45 31 02 02

Reconnue d'utilité publique par décret du 21 août 1974.
Fondation exclusivement financée par la générosité de donateurs privés
ou d'entreprises. Ses comptes sont certifiés par le cabinet Mazars.