

Temps de lecture : 1' 20''

LA PROFESSION D'HUISSIER DE JUSTICE EST SANS DOUTE L'UNE DES PROFESSIONS DONT LES FRANÇAIS PARLENT LE PLUS TOUT EN ÉTANT UNE DE CELLES QU'ILS CONNAISSENT LE MOINS. SOUVENT DÉCRIÉS, LES HUISSIERS SONT POURTANT BIEN PLUS QUE DE SIMPLES EXÉCUTEURS DE JUSTICE. D'AUTANT QUE POUSSÉS PAR LE NUMÉRIQUE, CES PROFESSIONNELS COMMENCENT À PROPOSER DE NOUVEAUX SERVICES.

Par Anne-Laure JOUBAIRE

La profession d'huissier de justice est strictement réglementée. Par exemple, en termes de communication, les huissiers doivent respecter certaines obligations. Ils sont tenus de faire figurer la Marianne dans le logo de leur étude ou de faire valider leur site internet par une commission déontologique. Cette dernière vérifie ainsi que le site présente uniquement un contenu informatif et des informations pratiques.

UNE PROFESSION QUI ÉVOLUE...

Le numérique a révolutionné les méthodes des huissiers de la même façon que les autres professions de service. Et la réglementation a été adaptée : depuis un décret de 2012, les actes de procédure peuvent être signifiés aux particuliers par e-mail. Ce qu'ils font également pour les avocats, greffes et parquets via la plateforme [e-palais](#). Créée par la Chambre nationale des huissiers de justice (CNHJ), cet outil en ligne leur permet de recevoir la notification des actes du palais de manière sécurisée. Des logiciels, comme HDJBox permettent eux d'effectuer des constats sur tablettes numériques.

Par ailleurs, **face aux start-ups de la Legal Tech, la profession n'est pas restée inactive** et cherche à proposer des nouveaux services. Le CNHJ a ainsi lancé en 2016 deux plateformes : [Medicys](#), un site de médiation en ligne dédié aux litiges de consommation et [Credicys](#), site dédié au recouvrement des petites créances. Ces avancées sont bienvenues mais sans doute insuffisantes, dans un contexte de numérisation croissante des preuves qui exige d'authentifier des e-mails, des SMS, des captures d'écrans ou encore des photos de drones.

... ET QUI LE MONTRE

Contrairement aux études, la CNHJ est autorisée à communiquer et ne s'en prive pas. Elle a lancé une [grande campagne de communication](#) en décembre 2016 mettant en scène des huissiers féminins et des parties aux couleurs des pays de l'Union européenne, surfant sur l'actualité internationale et soulignant la féminisation de la profession.

L'idée sous-jacente de ce type de publicité est de faire évoluer la perception d'une profession trop souvent réduite à son côté coercitif. Parmi la longue liste de leurs activités méconnues, l'on note la vente aux enchères, l'organisation de jeux-concours, l'inventaire de biens, les constats, la rédaction de pacte civil de solidarité et de baux ou encore la médiation et la consultation juridique.

Malgré cette palette de compétences déjà très riche, l'huissier doit pourtant en partie ré-inventer son métier en proposant des nouveaux services, et une simplification d'accès, au risque d'être malmené par des concurrents férus de nouvelles technologie.

POUR ALLER PLUS LOIN

Suivez le compte Twitter des [Huissiers de France](#)

Et lisez la chronique « [google street sur le constat d'huissier](#) » des experts du numérique de l'[Usine digitale](#)