

09/04/2019

Temps de lecture : 3 ''

Par Pascal Mendak, Directeur conseil

### **Le mouvement de modernisation de la justice se poursuit avec le décret du 29 mars 2019 relatif aux officiers publics ou ministériels. Le texte, qui prévoit les conditions de recours à la sollicitation personnalisée, déclenchera-t-il une petite révolution chez les notaires ?**

Le principe était acquis depuis 2016 avec la loi n° 2016-1547 du 18 novembre 2016 de modernisation de la justice. Les notaires « peuvent recourir à la sollicitation personnalisée, notamment par voie numérique, et proposer des services en ligne » dès lors que respectent les « principes de dignité, de loyauté, de confraternité et de délicatesse », et sous réserve d'un décret d'application.

C'est désormais chose faite avec le décret n° 2019-257 du 29 mars 2019 qui introduit de nombreuses dispositions relatives aux officiers publics et ministériels, comme les notaires, mais également les commissaires-priseurs judiciaires ou les huissiers de justice. Le décret du 29 mars 2019 n'exclut pas la possibilité de faire appel à un prestataire de services pour réaliser la sollicitation personnalisée.

## **VOUS AVEZ DIT SOLLICITATION PERSONNALISÉE ?**

Comme tout chef d'entreprise, le notaire doit développer son activité, sous réserve du respect de sa déontologie d'officier ministériel. Le bouche-à-oreille, les recommandations de confrères et sa prise de parole d'expert ne suffisent pas toujours pour augmenter son chiffre d'affaires.

La sollicitation personnalisée peut alors constituer l'un des leviers possibles : par courrier ou par voie dématérialisée, c'est une offre de service à des personnes bien identifiées, contrairement à la publicité, qui s'adresse à tous publics et qui reste interdite. Elle ouvre la voie de nouvelles opportunités de *business development*.

## **COMMENT SOLLICITER ?**

En officier ministériel rigoureux, le notaire devra respecter un formalisme qui ne laisse aucune place à l'improvisation. La sollicitation personnalisée devra prendre soit la forme d'un envoi postal, soit celle d'un courrier électronique, à l'exclusion de tout message textuel par téléphone (MMS, SMS, message vocal) ou tout démarchage physique ou téléphonique.

Les courriers postaux et électroniques doivent être adressés à une personne physique ou morale déterminée pour une offre de service spécifique et une « information sincère sur la nature des prestations de services proposées ». Par exemple, pour une personne physique, le courrier pourra présenter l'ensemble des services de conseils et de rédactions dédiés à la stratégie patrimoniale. La sollicitation ne doit pas contenir d'élément comparatif ou dénigrant et ne doit pas être en rapport avec une affaire particulière.

## **UNE TARIFICATION TRANSPARENTE**

Quelle que soit la personne destinataire de la sollicitation personnalisée, l'offre de service doit préciser les modalités permettant de déterminer son coût. La sollicitation personnalisée se distingue ainsi du devis qui détermine le montant précis de la prestation souhaitée par le client. Au stade de la sollicitation personnalisée, nous n'en sommes pas encore là.

Lorsqu'elle présente une offre de service soumise à des honoraires libres, la sollicitation personnalisée précisera les modalités de détermination des honoraires (tarif horaire ou forfait, par exemple) et fera l'objet d'une convention. En revanche, pour une prestation assujettie à un tarif réglementé, la sollicitation personnalisée l'indiquera avec les éventuelles remises possibles.

## **SANS OUBLIER LE RGPD !**

Près d'un an après son entrée en vigueur, le RGPD est désormais compris et intégré par la profession notariale. Le responsable de la protection des données de l'office notarial interviendra obligatoirement dès le stade de la conception et de la réalisation de la sollicitation personnalisée, notamment pour la rédaction des mentions obligatoires et pour gérer le registre intégrant les données sensibles.

Le notaire devra s'assurer que le destinataire d'une sollicitation personnalisée par voie électronique a préalablement donné son accord pour recevoir des messages qualifiés de prospection. Ce prospect doit avoir la possibilité de s'y opposer dans le message envoyé. Il

faudra par exemple intégrer un bouton dans le message électronique, permettant d'indiquer qu'il refuse tout autre message de la part de l'émetteur.

Quant à une sollicitation par voie postale, le professionnel doit informer le prospect par un courrier préalable du traitement de ses données susceptibles d'être exploitées à des fins de prospection.

Cette nouvelle opportunité offerte aux notaires répond à un besoin croissant d'optimiser l'ensemble des leviers de développement de son activité dans un contexte concurrentiel, tout en respectant strictement leur déontologie.

---

## À PROPOS DE L'AUTEUR

### **Le pôle notarial d'Eliott & Markus renforcé par l'arrivée de Pascal Mendak**

Pascal Mendak, professionnel de la communication stratégique depuis plus de 20 ans, renforce l'agence Eliott & Markus. Il participera notamment au développement du pôle notarial de l'agence, grâce à sa connaissance pointue de la profession. Toujours en veille sur l'actualité, Pascal propose une approche à la croisée des médias, de la communication d'influence et de l'intelligence marketing.