

170g1

Les nouveaux codes de la communication notariale

Essentiel

Notre manière de communiquer en tant que notaires évolue en même temps que notre société.

Les textes applicables en la matière sont le règlement national inter-cours, actualisé et précisé par le récent *Guide pratique de la communication* du CSN.

L'apparition de nouveaux canaux de communication nous invite à sans cesse nous questionner sur le tracé de la ligne blanche, et comment ne pas la franchir.



Jean-Baptiste BULLET
Notaire

J'ai créé et ouvert mon office notarial le 1^{er} octobre 2018, à la suite de la loi *Croissance*. Nouveau notaire dans une commune qui ne disposait pas d'office notarial en activité sur son territoire, j'ai fini par m'installer, après une étude de marché relativement poussée, dans un département que je ne connaissais pourtant absolument pas.

J'ai naturellement commencé par visser mon panonceau et fait poser quelques vitrophanies simples avec le logo de notre profession, sur les baies vitrées de ce nouveau local, qui était auparavant une agence bancaire fermée depuis plus d'un an. Ma situation géographique était idéale : de larges vitres en rez-de-chaussée, au croisement même de l'avenue centrale de la ville et de la place du marché. Mais le constat était clair depuis le départ dans mon esprit : il fallait bien que je compte sur quelque chose d'autre que mon seul emplacement et l'effet de surprise (« Oh, tiens, il y a un notaire ici maintenant ? ! ») pour me constituer une clientèle.

Au cours des quelques lignes qui vont suivre, je vais humblement tenter d'apporter quelques éléments de réponse à cette question pas – si – simple que je me suis posée lors de mon ouverture :

I. Comment se faire connaître sans franchir la ligne blanche ?

La question de la communication a beaucoup évolué au cours des 3 dernières années. En effet, en octobre 2018, la sollicitation personnalisée restait toujours, sauf erreur de ma part, formellement interdite. « Déontologie et prospection ne font pas bon ménage au sein de notre profession » avais-je écrit dans mon *Guide à l'usage du Notaire Créateur*¹. Loin de moi l'idée de me citer par pur péché d'orgueil : figurez-vous qu'afin de partager la présente réflexion, j'ai eu besoin de me replonger sur les règles applicables en ces temps, pourtant pas si lointains, pour justifier les choix qui furent miens.

A. Historique : présentation physique, campagne de communication ou inauguration ?

Lors de ma première réunion à la chambre des notaires de Paris m'avait alors été introduite la notion de publicité comme « toute information relative au notaire ou à son office, reçue par un particulier, et qui ne l'a pas expressément sollicitée ».

Nous pouvions déjà dès lors constater plusieurs éléments intéressants dans cette définition :

Tout d'abord, la possibilité de se faire connaître auprès de professionnels, contactés en tant que tels, ne semble

NDLR : à revoir

1. J.-B. Bullet, *Guide à l'usage du Notaire Créateur. Kit de survie pour une installation au sommet*, 2^e éd., 2019, Lextenso, Defrénois.

pas exclue. Il apparaît ainsi tout à fait possible d'envoyer un courriel ou d'aller se présenter en personne dans les différentes entreprises et partenaires connexes au notariat alentour : agences immobilières, banques, mairies, courtiers, avocats, commissaires-priseurs, huissiers de justice, etc. Tant qu'il s'agit bien sûr d'une présentation courte, circonspecte, et respectant tous les critères d'honorabilité de la profession !

Ensuite, il est possible d'adresser à des particuliers des informations relatives au notaire ou à son office si ces derniers nous ont expressément donné leur autorisation pour ce faire. « Souhaitez-vous que votre notaire vous fasse parvenir par tout moyen de communication une information régulière et/ou des recommandations personnalisées adaptées à vos besoins et votre situation ? » : voilà une idée de case supplémentaire à insérer et à faire cocher par nos clients dans nos lettres de mission. Pour ma part, je n'ai pas ressenti ce besoin dans le développement de ma clientèle, mais si les conditions de mon installation avaient été plus rudes, peut-être aurais-je exploré une telle piste.

J'ai donc débuté par une présentation en toute sobriété aux quelques professionnels du coin pour leur faire simplement part de mon existence, échangeant par la même occasion quelques cartes de visite. Rien de très extravagant.

Puis, j'ai pris connaissance de l'article 4.4.3 de notre règlement national inter-cours (RNI)², selon lequel, « dans les trois mois de la survenance d'un changement de titulaire d'un office, de l'accueil d'un nouvel associé, du transfert des locaux, de l'ouverture ou de la fermeture d'un bureau annexe, le notaire est autorisé à faire paraître à ses frais deux avis de presse suivant une formule agréée par la chambre. En cas de création d'office, trois avis peuvent être publiés dans un délai maximum de six mois à compter du jour de la prestation de serment. »

Soucieux de respecter les règles, j'avais demandé à l'époque au Conseil supérieur du notariat (CSN) de me fournir un modèle d'insertion. Voici ce qui m'avait été envoyé :

Modèle d'insertion

« Par arrêté de M./M^{me} le garde des Sceaux, ministre de la Justice, en date du (...), M./M^{me} (...) a été nommé(e) titulaire d'un office (nouvellement créé) dans la ville de (...).

En cette qualité, il/elle a prêté serment à l'audience du tribunal de grande instance de (...) le (...).

Le siège de l'office est : (adresse, téléphone, fax, e-mail).

Pour avis

M^e X, notaire ».

2. Règlement national Inter-Cours (A., 22 mai 2018 ; JO, 25 mai 2018) : <https://lex.so/fDdmEZ>.

Si j'avais la possibilité d'effectuer une insertion dans trois journaux locaux, je n'ai finalement opté que pour une seule, dans le journal de la ville. Je n'avais en réalité ni le besoin ni l'envie d'aller importuner mes confrères voisins. La confraternité commence par l'usage avec discernement de ses prérogatives.

Enfin, je m'étais interrogé sur l'opportunité de prévoir un évènement d'inauguration pour l'étude. Il faut dire qu'en ces temps de grâce, gestes barrières et couvre-feux étaient bien loin de rythmer notre quotidien. Cependant, après avoir eu vent de retours d'expérience de confrères créateurs faisant état de plaintes en chambre, j'ai fini par estimer que le ratio gain/coût n'en valait pas la chandelle.

Alors, ce beau matin d'octobre 2018 est arrivé, j'ai affiché les horaires sur ma porte, ouvert mon standard, et... c'est tout. Sans autre forme de procès, sans célébration ni fanfare, seul dans ma petite étude : je venais d'ouvrir.

B. Et aujourd'hui ?

Et si je devais ouvrir aujourd'hui, ferais-je différemment ? Possible.

Parce que les règles ont évolué.

En effet, la loi n° 2016-1547 du 18 novembre 2016, de modernisation de la justice du XXI^e siècle³ et son décret d'application paru le 29 mars 2019⁴ sont venus changer la donne, en permettant aux notaires de recourir à la *sollicitation personnalisée*.

Tout juste un mois après sa parution, juste après la circulaire du 30 avril 2019 du CSN, M^e Bertrand Savouré et M^e Viviane Beuzelin, alors respectivement président et premier syndic de la chambre des notaires de Paris, étaient venus préciser au Palais de l'UNESCO quelques modalités d'application de ce décret, dont les contours restaient encore, pour nous tous, légèrement flous⁵.

Ainsi, d'après notre consœur M^e Beuzelin, dans le monde dans lequel nous vivons, il ne semblait désormais plus « anormal qu'un officier ministériel se fasse connaître, à condition que cela soit pour informer objectivement des services que l'office propose ».

Gageons qu'une fois encore, toute nouveauté législative entraîne irrémédiablement la nécessité de laisser s'écouler un certain délai pour permettre d'en apprécier correctement la portée.

Heureusement, un nouvel écrit du CSN paru en juin 2019 (2) est venu préciser notre RNI qui reste bel et bien d'actualité (1).

3. Defrénois flash 28 nov. 2016, n° 136x9, p. 1.

4. D. n° 2019-257, 29 mars 2019 ; JO, 31 mars 2019 ; Defrénois 11 avr. 2019, n° 147y3, p. 10.

5. Assemblée générale de la chambre des notaires de Paris, 7 mai 2019, Palais de l'UNESCO : <https://lex.so/Yunk8E>.

1. Le socle du règlement national inter-cours, toujours en vigueur

Dans sa version à jour du 22 mai 2018, l'article 4.4 de notre RNI traite des problématiques relatives à la publicité.

Lapidaire, la formule est sans appel : « Toute publicité à caractère personnel est interdite au notaire y compris sur les réseaux sociaux. »

Il demeure cependant une zone d'ombre : l'e-mailing type newsletter ou des posts relayant l'actualité du droit sur les réseaux sociaux sont-ils autorisés ? Toujours d'après notre RNI, « seuls les organismes professionnels nationaux, régionaux et départementaux peuvent faire, par tout moyen à leur convenance, une publicité informative générale sur le notariat, les services qu'il peut offrir et les moyens dont il dispose pour répondre aux besoins de la clientèle. »

Pourtant, à parcourir les réseaux, je m'aperçois que bien des publications – et les miennes ne font pas exception ! – pourraient, si l'on a une interprétation restrictive de cet article, être vues comme borderline. Mais du coup, que poster d'autre sur nos pages Facebook ? Nos horaires, en boucle, toutes les semaines ?

Nous verrons plus tard pourquoi beaucoup d'offices notariaux animent pourtant – à raison – leurs réseaux avec de l'actualité du droit.

Mais concernant le site internet, alors ? Voilà une réponse qui nous apparaît à tous évidente : c'est autorisé, et depuis longtemps ! Oui, mais... il demeure deux règles que beaucoup d'entre nous omettent :

– l'article 4.4.2 du RNI autorise une étude à disposer d'un site vitrine web, « sous réserve d'avoir obtenu l'agrément de la chambre, de publier ce numéro d'agrément sur le site, de respecter la charte graphique et de se conformer aux règles déontologiques. » Je partage donc cette piqûre de rappel, un concurrent voisin aurait tôt fait de vous dénoncer à la chambre pour site internet non homologué ;

– il existe un plan de nommage des URL de la profession révisé au 30 juin 2014, disponible sur notre portail intranet⁶, selon lequel sont uniquement autorisés les sites se terminant par «.notaires.fr. », soit, par exemple :

- [nom au choix].notaires.fr,
- [office]-nom.notaires.fr,
- [nom des associés].notaires.fr,
- [nom d'un associé]-et-associés.notaires.fr,
- [nom d'un associé] -et-associés- [nom de la commune]. notaires.fr (dans cet ordre),
- la raison sociale de l'office [raison sociale].notaires.fr,
- un sigle composé d'initiales : [initiales].notaires.fr.

6. https://intra.notaires.fr/csn/jcms/t3_697049/le-site-internet-de-l-office?cc=c_5154.

Il est à noter que toute adresse URL de type « [nom de la commune].notaires.fr » est strictement prohibée, comme pour les adresses de messagerie, et le point ne peut être utilisé avant «.notaires.fr ». Il est possible de remplacer le « et » par un tiret.

Au vu du nombre d'infractions – même parmi les plus illustres d'entre nous ! – quant à ces règles d'agrément et de nommage relevées par mes soins à l'occasion d'une promenade de cinq petites minutes sur Google, je doute cependant que ces règles soient toujours d'application par nos instances...

Enfin, il est intéressant de relever que le RNI prévoit une clause « balai » en fin d'article 4.4.1, selon laquelle « toute autre communication à l'attention du public peut faire l'objet d'un contrôle *a posteriori* par la chambre des notaires en vue de vérifier sa conformité aux règles déontologiques ». Avis donc aux téméraires désirant s'aventurer sur de nouvelles voies de communication !

2. Le bien nommé Guide pratique de la communication du CSN

Si l'on compare notre RNI au Code civil, force est de constater que le *Guide pratique de la communication* du CSN (GPC)⁷ en serait la jurisprudence.

Avant d'entamer l'étude de ce précieux document, j'écarte à dessein la charte de la confraternité de la compagnie interdépartementale des notaires de Paris, qui regorge pourtant de points d'illustration très concrets. Bien que promue d'une reconnaissance à l'échelon national à la suite de son approbation par le garde des Sceaux au travers de l'arrêté du 21 juin 2019, elle n'a cependant, à ma connaissance, qu'une portée limitée aux membres l'ayant adoptée.

Passons à présent en revue notre fameux GPC. Son édition de juin 2019 est venue, sur 64 pages, mettre à jour la dernière parution de nos instances nationales en la matière, qui datait de 2012.

Il y est très clairement défini cinq critères à respecter 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 ;
- l'utilité pour l'ensemble de la profession.

De manière plus générale, et sans détour, « la publicité personnelle du notaire ne peut être faite par voie de presse, affiches, films cinématographiques, émissions radiophoniques ou télévisées, ou par internet »⁸.

7. CSN, *Guide pratique de la communication : la communication individuelle du notaire, la communication de l'office, l'utilisation des réseaux sociaux*, juin 2019, Paris Notaires Services, p. 11 : <https://ext.so/zMoGp4>.

8. GPC, p. 11, § 1.3.

Souriante, la précision est donnée qu'est prohibée « toute participation à un classement comparatif de notaires »⁹.

Si le guide précise bien qu'il « appartient à la chambre des notaires de contrôler *a posteriori* les instruments de communication, d'apprécier leur légitimité et leur utilité et d'en vérifier le contenu et l'usage qui en est fait »¹⁰, *quid* du cas du réseau national de notaires qui pousserait le bouchon un petit peu trop loin sur sa communication ? Je m'interroge donc : qui serait alors compétent, si ce n'est le CSN ?

Avant d'évoquer le grand chapitre du digital, n'oublions pas que la communication se fait d'abord physiquement : cartes de visite, plaquettes d'information, affichage en salle d'attente. Si nous pouvons disposer tout au plus de quatre panneaux de la profession pour indiquer géographiquement nos offices, il m'apparaît intéressant de rappeler à nos lecteurs que « les panneaux peuvent être lumineux ou éclairés de l'extérieur *aux heures d'ouverture de l'office*. Les lumières clignotantes sont interdites »¹¹. N'oubliez donc pas d'éteindre vos lumières en partant, la déontologie vous en sera tout aussi reconnaissante que notre planète.

Le GPC nous rappelle également le droit fondamental à disposer d'une plateforme internet pour l'étude, soumise à agrément de la chambre, avec indication du numéro d'agrément dans les mentions légales. Concernant le sacro-saint référencement, si l'optimisation du site par des professionnels aguerris n'est pas directement interdite, en revanche est formellement prohibé « le référencement payant par le biais des liens sponsorisés ou positionnement publicitaire consist[ant] à payer (aux enchères) les moteurs de recherche pour obtenir un positionnement dans les espaces réservés à cet effet. Ce type de référencement devient alors de la

publicité. Il est strictement interdit »¹². Gare au confrère dont le contenu apparaît précédé d'un « Sponsorisé » ou « Annonce » !

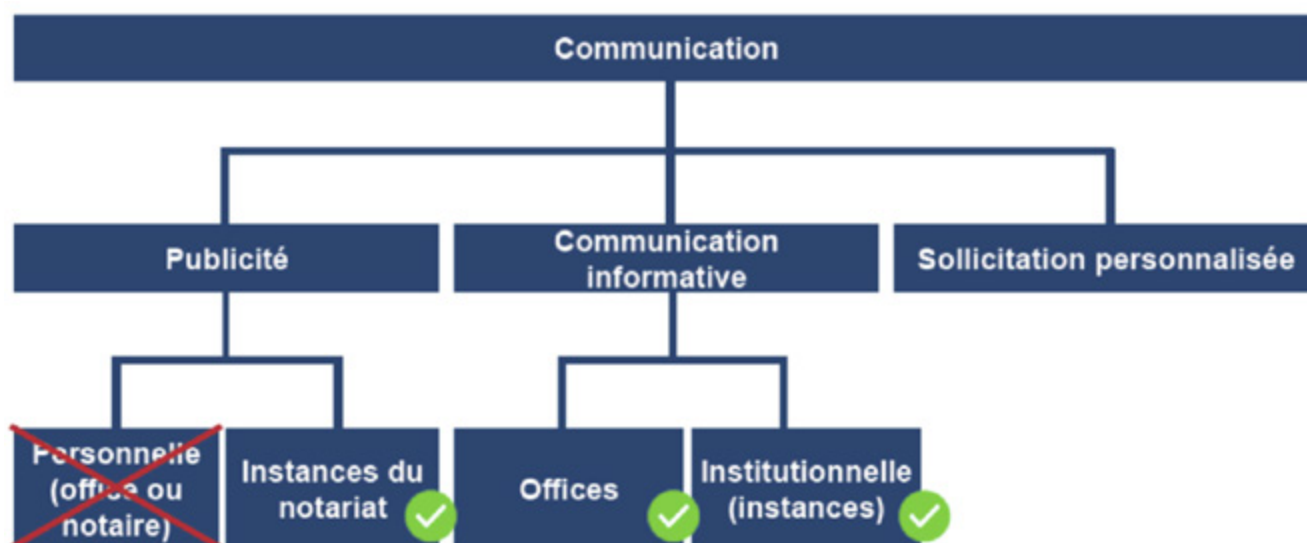
Moins ancrée dans nos mœurs, la communication par SMS reste autorisée, et est d'ailleurs « à privilégier pour fixer ou confirmer les rendez-vous ». Notons que « tout démarchage téléphonique ou textuel »¹³ est exclu. Pas de « campagne texto » ni de recours à une centrale d'appel basée à l'étranger qui appellerait chacun de vos concitoyens pour vous faire connaître, désolé !

À notre plus grande joie, à la différence du RNI, le *Guide de la communication* autorise sans équivoque que l'on s'exprime bel et bien sur l'actualité : « L'intervention d'un notaire sur un sujet d'actualité ou sur une problématique juridique récurrente est utile pour l'ensemble de la profession », car elle permet de « développer la sensibilité du grand public au "réflexe notarial" »¹⁴.

Notre interrogation sur le contenu de nos réseaux est donc levée ! À ce sujet, « le compte ou la page doit être ouvert au nom de l'office et non pas au nom du notaire »¹⁵. Si la question ne se pose pas vraiment pour le notaire titulaire seul, la précision apparaît intéressante tant pour ces grandes études de métropole aux charismatiques associés que pour les offices en difficulté où les cotitulaires ne s'adressent plus la parole depuis plusieurs années...

Alors, que poster sur nos réseaux ? En réalité, tout ce qui respecte les principes généraux évoqués plus haut, tant que l'information est objective, impartiale, et sert l'intérêt global de la profession. De quoi nous laisser une marge appréciable pour des années de communication hebdomadaire à venir.

Bien que cela ne soit pas pertinent pour répondre à notre problématique en l'espèce, gardons à l'esprit



9. GPC, p. 11, § 1.3.
10. GPC, p. 13, § 1.5.
11. GPC, p. 18, § 2.1.4.

13. GPC, p. 28, § 2.4.4.
14. GPC, p. 10, § 1.2.5.
15. GPC, p. 29, § 2.5.

CSN, Guide de la communication, p. 8

que le GPC prodigue de très nombreux conseils sur les bonnes pratiques à adopter en tant qu'officier public ministériel sur internet, en détaillant même réseau par réseau. Souci du détail sincèrement fascinant (éviter de se géolocaliser, éviter de polémiquer, prendre le temps de découvrir Twitter avant d'y poster quoi que ce soit, etc.). Fort instructif ! Je vous en recommande la lecture.

Les limites de nos règles

Transversaux, vous l'aurez compris, les textes de référence en la matière vont du général jusqu'au plus concret, et apportent bon nombre de réponses sur les attitudes à adopter afin de nous faire connaître.

II. Une ligne blanche plus que bien tracée !

Bien tracée certes, mais c'était sans compter le « *Think outside the box* » : certains confrères arrivent parfois à nous surprendre avec une forme de communication jusqu'alors inédite. J'ai par exemple une tendre pensée pour une consœur et un confrère du Loiret qui ont su,

grâce à leurs vidéoclips musicaux, égayer un premier confinement plus que morose.

Mais malgré l'effort que je salue humblement de la part du CSN de répertorier et commenter toutes les pratiques web du début des années 2020, force est de constater que le monde technologique avance à une vitesse folle, et de nouvelles manières de communication apparaissent sans cesse. Il y a dans nos règles autant d'« inclassables » ou de « passés sous silence » que de « grands inconnus ».

Je parlais précédemment du nouveau réseau social TikTok qui explose depuis deux ans, avec son mode d'emploi et ses codes qui lui sont propres. Quel sera le prochain à faire son apparition et à tout emporter sur son passage ? À l'aide de quels surprenants outils communiquera le notaire de demain ? Bien que nul ne puisse en faire la prédiction, les grands principes édictés par notre RNI et son décret d'application qu'est le GPC devront nous servir de fil conducteur afin de déterminer comment nous comporter.

Ainsi, cher lecteur, appréciez ce constat qui m'accable désormais : la relecture du GPC effectuée pour rédiger

Récapitulatif des principes de la sollicitation personnalisée (source : GPC, p. 53)

FORME	EXCLUSIVEMENT : - un courrier postal - et/ou un courrier électronique
CONTENU	- information sincère sur la nature des prestations de services proposés - modalités de détermination du coût de la prestation, qui feront l'objet d'une convention d'honoraires
INTERDICTIONS	QUANT AU FOND : - tout élément comparatif ou dénigrant - en rapport avec une affaire particulière, <i>même avec le consentement du client</i> QUANT AU MODE OPÉRATOIRE : - tout démarchage physique ou téléphonique - SMS ou MMS, et généralement tout message textuel envoyé sur un terminal téléphonique - annonces dans un journal - messages vocaux
SUPPORT	UNIQUEMENT - un courrier écrit (ce qui emporte l'interdiction de flyers, tracts, affiche, film, émission radiophonique ou télévisée, etc.)
DESTINATAIRE	- personne physique ou morale déterminée, disposant d'une adresse postale et/ou électronique - qui a préalablement donné son consentement à recevoir ces sollicitations ou offre de service en ligne pour se conformer à la CNIL et au RGPD

cet article m'aura apporté autant de questions que de réponses, ce qui est aussi fâcheux qu'intéressant. Par exemple, là où le CSN semble établir que la communication par YouTube d'un notaire ne présente que « peu d'intérêt »¹⁶, je suis pour ma part convaincu du contraire. Je pêche peut-être par manque d'objectivité, ayant été promu partenaire certifié de l'hébergeur américain (*YouTube Partner*, diront nos jeunes) avant même de prêter serment en tant que notaire. Il est vrai que j'ai eu l'occasion de voir sur ce réseau peu d'initiatives venant de notaires eux-mêmes, on citera la chaîne « Conseil Notarial », lancée par la chambre *Paris Jeunes Notaires* qui, semble-t-il, a trouvé depuis sa petite audience avec près de 1 000 vues en moyenne par vidéo. Voyez mon dilemme : voilà deux ans maintenant que j'hésite à reprendre une activité sur le célèbre hébergeur de vidéos, cette fois-ci orientée non pas vers la musique mais vers le notariat, mais je m'interroge : ma chambre pourrait-elle me sanctionner d'avoir publié des vidéos traitant du droit notarial ? Pourrais-je lui opposer que j'étais *youtuber* avant d'être notaire, et que j'ai ainsi prêté serment sachant ce fait, donc ayant satisfait aux critères d'honorabilité vérifiés préalablement à mon accès à la profession ?

À travers cet exemple personnel, je tente de vous démontrer que la façon que l'on a de communiquer est intrinsèque à notre personne même, et nous renvoie donc à nos réflexions internes pour déterminer la bonne conduite à adopter. Les mêmes interrogations peuvent se poser pour une consœur députée, ou un confrère président de club de rugby.

16. GPC, p. 54.

Avant de conclure, notons un grand absent de nos textes fondateurs, c'est le « réseau d'affaires » de type BNI. Sur un modèle de *networking* à l'américaine, l'idée est (hors Covid) de participer à des petits déjeuners tôt le matin et d'échanger des cartes de visite. Un seul représentant de chaque profession dans chaque groupe, le deal étant que chaque professionnel fasse appel au professionnel du réseau lorsqu'il peut le faire intervenir, mais y incite de même son entourage et réseau propre. Est alors mis à l'honneur, chaque semaine, celui ou celle qui aura généré pour tel autre membre du réseau le plus grand chiffre d'affaires par recommandation.

Une telle pratique est-elle compatible avec l'exercice d'une profession réglementée ? Si beaucoup d'entre nous ont, dans le doute, toujours poliment refusé les (nombreuses) sollicitations qui leur sont régulièrement faites, je ne jette pour autant aucune pierre à nos consœurs et confrères membres de tels réseaux. Gageons que nos instances viendront un jour affirmer une position claire sur cet épineux sujet.

L'avenir nous mène irrémédiablement du physique au digital, du local à l'international, du bouche-à-oreille à l'avis Google. Notre société évolue, ainsi que nos codes de communication. Le notariat prouve, une fois encore, dans ses textes avant-gardistes et transversaux, qu'il est à la pointe des avancées technologiques, et qu'il se pose les bonnes questions.

Pour achever ce propos, et en attendant que de nouvelles règles viennent à l'avenir préciser les précédentes, il ne pourrait y avoir à mon sens meilleure réponse à notre interrogation liminaire qu'une adaptation du slogan de notre sécurité routière nationale :

« Communication notariale : Tous responsables ».