manuscry

# Le playbook du courrier personnalisé pour les notaires

Remercier et suivre vos clients après l'acte, animer vos prescripteurs et vous faire connaître dans les règles de la déontologie notariale.



# Sommaire


Introduction 4

1. Le courrier dans un office : pourquoi maintenant ? 5

1.1 Ce qui se passe dans un office 6

Le cas d'Agathe 6

1.2 Ce qui est établi, et ce qui ne l'est pas 7

1.3 Votre office est-il prêt ? 8

2. Ce que la déontologie permet, interdit, impose 9

2.1 Ce que disent les textes 9

2.2 Situation par situation 11

3. Les moments de vie qui justifient un courrier 13

3.1 La succession, un cas à part 14

4. Remercier et suivre ses clients après l'acte 15

4.1 Trois exemples de cartes 16

Après la signature : une notaire à un couple d'acquéreurs 16

Un an après l'achat : un notaire à une propriétaire 17

Après une succession : un notaire à une héritière 17

5. Animer ses prescripteurs 18

5.1 Trois courriers pour un prescripteur 19

5.2 La lettre d'information 20

6. Les vœux d'un office 21

6.1 Le rétro-planning des vœux 22

Réception visée : jeudi 17 décembre 2026 22

7. La sollicitation personnalisée : un écrit, et rien d'autre 23

7.1 À qui écrire 23

7.2 Les formulations 24

8. Mesurer honnêtement 26

8.1 Le QR de suivi, avec prudence 26

8.2 Le groupe témoin 27

9. Les erreurs fréquentes, et la check-list 28

9.1 La check-list avant d'envoyer 29

# Sommaire (suite)

**10. Et avec Manuscry** ..... 30

Intégrez vos outils ..... 31

**Prêt à passer à l'action ?** ..... 32

# Introduction

Dans un office notarial, presque tout passe déjà par l'écrit : actes, lettres de mission, convocations, copies authentiques, emails de pièces manquantes. Mais tout cet écrit sert le dossier : une fois l'acte signé, le client n'entend plus parler de l'office, jusqu'au prochain dossier, s'il revient.

Dans ce contexte, le courrier redevient un avantage majeur pour un office : il remercie, il accompagne les moments de vie et il entretient les prescripteurs, par l'écrit, le seul mode de sollicitation que la déontologie laisse au notaire avec l'email. À condition de ne pas le faire à l'ancienne, et de respecter des règles strictes.

Comment utiliser le courrier dans la vie de votre office ?

Ce playbook vous accompagne pas à pas : ce que le code de déontologie et le règlement professionnel permettent, les moments de vie qui justifient un courrier, comment remercier et suivre vos clients, animer vos prescripteurs, préparer les vœux de l'office, vous faire connaître dans les règles et mesurer honnêtement ce que tout cela produit.

# 1. Le courrier dans un office : pourquoi maintenant ?

La profession a changé de visage en dix ans. Selon l'Autorité de la concurrence (avis 26-A-03, février 2026), le nombre d'offices a augmenté de **64 % depuis 2016**, et **434 offices** ont été créés entre septembre 2024 et octobre 2025. Le client a souvent le choix entre plusieurs études voisines.

L'activité, elle, se resserre : le chiffre d'affaires de la profession est passé de plus de 10 milliards d'euros en 2022 à **8,6 milliards en 2024**, et 62 % des notaires consultés par l'Autorité anticipent une baisse d'activité à cinq ans.

Les occasions d'écrire, elles, ne manquent pas. Selon l'Insee, **958 000 logements anciens** ont été vendus sur les douze mois à fin juin 2026. La France a compté environ **651 000 décès** et 251 000 mariages en 2025, et 197 000 PACS en 2024. Beaucoup de ces moments passent par un office.

Or les notaires des offices récents disent se faire connaître d'abord par le **bouche-à-oreille** et leurs réseaux (Autorité de la concurrence, 2026). Le courrier peut l'entretenir : il remercie, il accompagne, il rappelle votre nom.

Le notaire écrit déjà beaucoup. Encore faut-il que l'écrit serve aussi la relation, pas seulement le dossier. Un courrier d'office réussi est :

- Nominatif : adressé à une personne déterminée, signé du notaire qu'elle connaît
- Utile : une information sincère, une échéance, un remerciement, jamais un argumentaire
- Sobre : une expression décente et empreinte de retenue, sans comparaison
- Au bon moment : après la signature, à l'anniversaire de l'achat, aux vœux
- Discret : rien sur l'enveloppe qui révèle le dossier, le secret avant tout

Autorité de la concurrence, avis n° 26-A-03 du 25 février 2026 ; Insee, Informations rapides n° 216 (8 septembre 2026) ; Insee, Bilan démographique 2025 (janvier 2026) ; Insee, pactes civils de solidarité 2024

# 1.1 Ce qui se passe dans un office

### Le cas d'Agathe

Agathe est **notaire associée** dans un office de 8 personnes, installé dans une ville moyenne où deux études se sont ouvertes ces dernières années (exemple fictif). Ses clients sont satisfaits, et beaucoup le lui disent le jour de la signature.

Puis le dossier se ferme, et l'office disparaît de leur vie jusqu'au prochain acte. Voici où partent ses semaines :

**Sa semaine**



- **50%** Actes → préparation, rendez-vous de signature, formalités.
- **25%** Clients → appels, emails, pièces à obtenir, explications.
- **15%** Office → équipe, gestion de l'étude, outils.
- **10%** Relation → remercier, suivre, voir les prescripteurs : ce qui reste.

Résultat : un couple a signé l'achat de sa maison à l'office il y a deux ans, puis a confié sa donation à une autre étude. Personne n'avait démérité ; simplement, **plus personne n'avait écrit**.

Le problème n'est pas la qualité des actes. C'est que **les moments qui suivent l'acte passent sans un mot**. Ce playbook les reprend un par un.

**12 361**

Notaires libéraux exerçant dans 7 175 offices au 31 octobre 2025, hors Alsace-Moselle (Autorité de la concurrence, avis 26-A-03, 2026).

**+42 %**

De notaires libéraux depuis 2016 (même source).

**45 %**

Part des émoluments des ventes immobilières dans le total en 2024, contre 57 % en 2022 (même source).

## 1.2 Ce qui est établi, et ce qui ne l'est pas

Les études sur le courrier adressé en général sont nettes, et les trois chiffres ci-dessous en donnent la mesure. Aucune ne porte sur les offices. Ce qui change, pour un office, c'est d'écrire aussi quand **aucun dossier ne l'impose**.

**80 %**

Attention déclarée pour le courrier adressé (Mediaposte, 919 post-tests 2009-2024, publié en 2025). Tous courriers confondus.

**65 %**

Mémorisation d'au moins un élément du courrier adressé (même source).

**77 %**

Des plis lus ou regardés au Royaume-Uni fin 2024 (JICMAIL, panel de foyers).

Ce qui ne l'est pas, soyons francs : **aucune étude** ne mesure l'effet d'une carte ou d'une lettre sur la fidélité des clients d'un notaire, ni sur les recommandations de ses prescripteurs.

Le courrier ne fait rien revenir à votre place. Il vous aide à rester présent, **dans les règles**, et vous seul pouvez mesurer ce qu'il produit : le chapitre 8 explique comment.

### Ce que le courrier fait

- ✓ Remercier un client nommément après l'acte
- ✓ Accompagner un moment de vie qui le concerne
- ✓ Informer d'une évolution du droit qui le touche
- ✓ Rappeler votre nom à un prescripteur

### Ce qu'il ne fait pas

- × Remplacer la qualité de l'accueil et des actes
- × Faire revenir à lui seul un client mécontent
- × Convaincre à lui seul un public qui ne vous connaît pas

Mediaposte, 2025 (919 post-tests, 2009-2024) ; JICMAIL, Royaume-Uni, T4 2024

# 1.3 Votre office est-il prêt ?

**Posez-vous ces questions :**

**Savez-vous retrouver les clients dont l'acte a été signé cette année, avec une adresse à jour ?**

+1pt Oui +0pt Non

**Savez-vous ce que le code de déontologie permet, et interdit, dans un courrier de l'office ?**

+1pt Oui +0pt Non

**Avez-vous repéré les moments de vie où un courrier serait utile à vos clients (achat, donation, succession, mariage) ?**

+1pt Oui +0pt Non

**Tenez-vous une liste de vos prescripteurs (agences, banques, courtiers, experts-comptables, avocats) ?**

+1pt Oui +0pt Non

**Chaque courrier peut-il être signé par le notaire que le destinataire a rencontré ?**

+1pt Oui +0pt Non

**Vos résultats :**

4-5 pts

### Prêt

Choisissez vos moments de vie au chapitre 3, puis écrivez vos cartes avec le chapitre 4.

2-3 pts

### Presque prêt

Commencez par les clients de l'année : le chapitre 4.

0-1 pts

### Pas encore

Démarrez par le chapitre 2 : ce que la déontologie permet.

# 2. Ce que la déontologie permet, interdit, impose

Les règles ont été réécrites en 2024. Le **code de déontologie des notaires** figure dans le décret n° 2023-1297 du 28 décembre 2023, entré en vigueur le **1er février 2024**. Il est complété par le **règlement professionnel du notariat** (RPN), approuvé par arrêté du 29 janvier 2024.

Le décret a abrogé l'arrêté de 2018 qui approuvait l'ancien règlement national du Conseil supérieur du notariat : si vos modèles le citent encore, relisez-les.

Leur logique tient en une phrase : la **démarche publicitaire** est interdite, la **sollicitation personnalisée** est permise, par écrit seulement. Le décret la définit comme une communication « 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 ».

## 2.1 Ce que disent les textes

1. **Art. 14 du décret, sollicitation personnalisée** → autorisée si elle procure « une information utile et sincère », « avec discrétion », sans inexactitude ni « élément comparatif ».
2. **RPN 14.3, un écrit et rien d'autre** → la sollicitation ne peut être « qu'un écrit (courrier postal ou courrier électronique) ». Démarche physique, téléphone, SMS et autres messageries sont interdits.
3. **RPN 14.2, publicité** → interdits : la communication de masse « indifférenciée et générale », le démarchage, le référencement payant, le sponsoring, toute distribution générale de cartes de visite. Petits objets de faible valeur et invitations sont réservés aux clients.

Décret n° 2023-1297 du 28 décembre 2023 relatif au code de déontologie des notaires, art. 8, 14, 21, 26, 29 et 30 (Légifrance, consulté le 23/10/2026) ; arrêté du 29 janvier 2024 approuvant le règlement professionnel du notariat, JO du 31 janvier 2024, §§ 7.1.2.2, 8.1, 10, 14.1 à 14.3 et 21 ; ordonnance n° 2022-544 du 13 avril 2022, art. 16

La chambre contrôle ces écrits **a posteriori** (RPN 14.1), et toute correspondance doit permettre d'identifier l'office.

Trois autres règles touchent directement le courrier :

4. **RPN 21, prescripteurs** → le notaire ne peut rémunérer « par quelque moyen que ce soit » les membres d'autres professions avec lesquels il est en relation, ni « recevoir de ceux-ci une rémunération ou un avantage direct ou indirect » ; la recommandation doit rester « désintéressée et non rémunérée ».
5. **Art. 8 du décret et RPN 8.1, secret** → le secret professionnel est « général et absolu » ; collaborateurs et prestataires doivent en être instruits.
6. **Art. 21 et 26 du décret, libre choix** → toute personne choisit librement son notaire ; pendant une affaire, aucune démarche auprès des clients d'un autre office sans l'accord du confrère.

### Ce qui passe

- ✓ Remercier un client par une carte nominative après l'acte
- ✓ Informer des clients d'un texte qui les concerne
- ✓ Présenter un nouvel associé à des prescripteurs déterminés
- ✓ Remercier par écrit un prescripteur après une recommandation
- ✓ Adresser ses vœux aux clients de l'office

### Ce qui ne passe pas

- × Écrire à tous les foyers d'une commune
- × Appeler ou envoyer un SMS pour annoncer le courrier
- × Offrir un cadeau ou une invitation à un prescripteur non client
- × Se dire « le plus rapide » ou « le moins cher »
- × Proposer une estimation à des propriétaires non clients

# 2.2 Situation par situation

| Situation | Permis ? | Référence |
|---|---|---|
| **Carte de remerciement à un client après l'acte** | Oui, sobre et nominative | Décret, art. 14 ; RPN 14.1 |
| **Lettre d'information à des clients concernés par un texte** | Oui, si elle est utile et sincère | Décret, art. 14 |
| **Lettre de présentation d'un associé à des prescripteurs** | Oui, par écrit, à des professionnels déterminés | Décret, art. 14 ; RPN 14.3 |
| **Carte de vœux à un prescripteur** | Zone grise : défendable sans objet joint ni invitation, à faire valider par votre chambre | RPN 14.2 et 21 |
| **Coffret ou invitation à un prescripteur non client** | Non | RPN 14.2 et 21 |
| **Courrier à tous les foyers d'une commune** | Non | RPN 14.2 |
| **Courrier « vous souhaitez vendre ? » à des non-clients** | Non | RPN 7.1.2.2 |
| **Courrier à la partie représentée par un confrère pendant le dossier** | Non, sans l'accord préalable du confrère | Décret, art. 26 |

Les manquements relèvent de la discipline : des peines de l'**avertissement à la destitution**, et une amende jusqu'à 10 000 € ou 5 % du chiffre d'affaires hors taxes, le plus élevé des deux (ordonnance du 13 avril 2022, art. 16).

Le secret pèse aussi sur la forme. Un prestataire qui imprime et poste vos courriers signe un **contrat de sous-traitance** conforme au RGPD et un engagement de secret ; le DPO de l'office valide le traitement (RGPD art. 28 ; RPN 8.1 et 10).




Sur l'enveloppe, le nom et l'adresse du destinataire, rien d'autre : ni le type d'acte, ni le nom d'un défunt.

## En pratique

Ces repères résument les textes cités, ils ne remplacent pas un avis. Pour un cas limite (vœux aux prescripteurs, lettre à des non-clients, nouvel office), soumettez votre modèle à votre chambre départementale avant l'envoi : c'est une prudence, pas une obligation.

# 3. Les moments de vie qui justifient un courrier

Le 118e Congrès des notaires (2022) recommandait lui-même une relation **proactive** : un contact annuel ou bisannuel, une information ciblée lors d'une réforme, un rendez-vous aux moments de vie, tout en restant attentif aux limites de la sollicitation personnalisée.

Ces moments sont déjà dans vos dossiers : la date de l'acte, la nature de l'opération. Dans le cadre du traitement validé par votre DPO, relisez-les avec une question : **qu'est-ce qui serait utile à ce client, maintenant ?**

| Moment | Délai | Ce qu'on écrit | Ce qu'on n'écrit pas |
|---|---|---|---|
| **Acquisition** | Dans la semaine qui suit la signature | Le merci, les démarches des semaines à venir | Une offre, une demande d'avis appuyée |
| **Anniversaire d'acquisition** | Un an, puis cinq ans | Un rappel utile : taxe foncière, testament, clause bénéficiaire | « Pensez à revendre » |
| **Succession** | Trois à six mois après le règlement | Des condoléances renouvelées, les points encore ouverts | Toute proposition pendant le deuil |
| **Donation** | Après l'acte | Le merci, les étapes et les échéances à venir | Une projection fiscale non demandée |
| **Mariage ou PACS** | Après le contrat ou la convention | Des félicitations, ce que l'acte prévoit | Une remise sur un prochain acte |
| **Création d'entreprise** | Après les statuts | Bonne route, le contact du notaire | Une offre de services groupés |
| **Retraite ou cession** | Quand le client l'a annoncée | La proposition d'un bilan, s'il le souhaite | Une relance insistante |

118e Congrès des notaires de France, 2022, « Ingénierie notariale et propositions d'anticipation de la relation client »

# 3.1 La succession, un cas à part

Un courrier après une succession se lit dans un moment difficile. Il doit être **court**, grave, et signé du notaire qui a suivi le dossier. Il arrive après le règlement, jamais pendant : trois à six mois plus tard, quand les héritiers ont repris leur souffle.

Il ne propose rien : des condoléances renouvelées, les points encore ouverts, et une porte laissée ouverte, « si vous le souhaitez ».

Les autres moments demandent une seule précaution : écrire à partir de ce que le client a **confié à l'office**. Un mariage, une naissance ou une retraite dont il ne vous a jamais parlé ne justifie pas un courrier.



Un courrier qui part de ce que le client a confié à l'office se lit chez soi, au calme, et se garde.

### À retenir

Un courrier d'office part d'un fait déjà au dossier et d'une question simple : qu'est-ce qui serait utile à ce client, maintenant ?

# 4. Remercier et suivre ses clients après l'acte

Le moment le plus naturel pour écrire est juste après l'acte : le client vient de vous confier une décision importante, et un mot signé du notaire clôt le dossier avec soin.

Chez nos clients, les campagnes qui démarrent par une **carte de bienvenue ou de remerciement** sont celles qui se répètent le plus d'un mois sur l'autre : une fois le modèle écrit, elles partent à chaque nouveau dossier.

1

### Le merci après la signature.

Une carte dans la semaine : merci pour la confiance, et le rappel des démarches à venir, copie authentique, assurance, taxe foncière.

2

### La carte un an après l'achat.

Un rappel utile au bon moment : la première taxe foncière, un testament à mettre à jour, une clause bénéficiaire à relire.

3

### Le suivi après une succession.

Une lettre sobre, trois à six mois après le règlement, qui rappelle les points ouverts sans rien proposer.

4

### Les vœux de l'office.

Une carte nominative aux clients de l'année, en fin d'année ou en janvier : le chapitre 6 la détaille.

Chez nos clients, les cartes d'**anniversaire** (de contrat ou d'acquisition) sont rarement utilisées. Pour un office, c'est pourtant l'occasion la plus simple : la date de l'acte suffit à préparer la carte, **un an plus tard**, sans que personne n'ait à y penser.



Des cartes sobres, un stylo plume, une table en bois : le ton d'un office qui écrit à ses clients, sans rien leur vendre.

## 4.1 Trois exemples de cartes

### Après la signature : une notaire à un couple d'acquéreurs

> Madame, Monsieur, merci de la confiance que vous nous avez accordée pour l'achat de votre maison de la rue des Acacias. Vous recevrez la copie authentique dans les prochaines semaines, et votre première taxe foncière à l'automne. Toute l'étude vous souhaite de beaux moments dans ce nouveau chez-vous.

**Sophie Lambert**
Notaire associée, Office notarial des Ormes (exemple fictif)

### Un an après l'achat : un notaire à une propriétaire

> Madame Delcourt, voilà un an que vous vous êtes installée place du Marché, et nous espérons que l'appartement tient toutes ses promesses. Si une question se pose un jour sur votre patrimoine ou sur vos proches, l'étude reste à votre disposition. Belle année dans vos murs.
>
> **Thomas Girard**
> Notaire, Office notarial des Ormes (exemple fictif)

### Après une succession : un notaire à une héritière

> Madame Rivière, quelques mois ont passé depuis le règlement de la succession, et nous pensons à vous. Un point reste ouvert, celui de la maison de famille restée en indivision. Si vous le souhaitez, nous le reprendrons ensemble, à votre rythme.
>
> **Thomas Girard**
> Notaire, Office notarial des Ormes (exemple fictif)

**À retenir**

Écrivez à partir d'un fait du dossier, signez du nom du notaire que le client a rencontré, et ne proposez rien dans une carte de remerciement.

# 5. Animer ses prescripteurs

Une part des clients d'un office arrive par la recommandation d'un professionnel : l'agent immobilier après l'avant-contrat, la banque ou le courtier pour le financement, l'expert-comptable et l'avocat pour la famille et l'entreprise. Le client reste libre de son choix.

Avec eux, le RPN 21 pose la règle : **aucune rémunération**, « par quelque moyen que ce soit », et rien à recevoir d'eux en retour. Un mot écrit reste possible ; un cadeau ou une invitation, non (RPN 14.2 les réserve aux clients).

| Prescripteur | Quand | Quoi |
|---|---|---|
| **Agences immobilières** | Après une vente menée ensemble | Un merci écrit, nominatif, signé du notaire |
| **Banques et courtiers** | À l'arrivée d'un associé, après un dossier délicat | Une lettre de présentation ou de remerciement |
| **Experts-comptables** | Après une cession ou une transmission | Un merci, puis une information sur un texte qui touche leurs clients |
| **Avocats** | Après un dossier de famille mené ensemble | Un mot de remerciement, sobre |

Règlement professionnel du notariat, §§ 14.1 et 21 (JO du 31 janvier 2024) ; décret n° 2023-1297, art. 21 ; Code général des impôts, art. 790 A bis (réponse ministérielle publiée au JO Sénat le 1er octobre 2026)

# 5.1 Trois courriers pour un prescripteur

1

### La lettre de présentation.

Un nouvel associé, un nouvel office, une nouvelle spécialité : qui vous êtes, ce que vous traitez, comment vous joindre. Sans comparaison ni promesse de délai.

2

### Le merci après une recommandation.

Une carte nominative qui remercie de la confiance, sans nommer la personne recommandée ni confirmer qu'elle a consulté l'office.

3

### L’information sur une évolution du droit.

Une lettre courte quand un texte change la situation de leurs propres clients : l'article, la date, ce qui change.

La lettre de présentation peut accompagner les **cinq avis de presse** que le RPN autorise, à vos frais, dans les six mois d'une création d'office, de l'arrivée d'un associé ou d'un changement de titulaire : leur présentation doit être communiquée au préalable à la chambre (RPN 14.1). Le modèle de lettre peut lui être soumis par la même occasion.

# 5.2 La lettre d’information

Une évolution du droit est le meilleur prétexte, parce qu'elle est **utile** par nature. Écrivez seulement à ceux qu'elle concerne, citez le texte et sa date, sans exagérer l'enjeu.

L'exemple porte sur un dispositif réel, en vigueur à la date de rédaction : vérifiez toujours le texte avant d'écrire.

**dons familiaux : ce qui reste ouvert jusqu'au 31 décembre**

De : **Thomas Girard**
À : **Julie Mercier**

---

Bonjour Madame Mercier,

Certains de vos clients aident peut-être leurs enfants à se loger. Un rappel utile pour eux : jusqu'au 31 décembre 2026, un don de somme d'argent destiné à l'achat d'un logement neuf ou en l'état futur d'achèvement, ou à des travaux de rénovation énergétique, peut être exonéré de droits, jusqu'à 100 000 € par donateur, sous conditions (affectation dans les six mois, conservation cinq ans ; article 790 A bis du Code général des impôts).

Si l'un d'eux s'interroge, l'office reste à sa disposition.

Bien cordialement,
Thomas Girard
Office notarial des Ormes (exemple fictif)

> **À retenir**
>
> Vers un prescripteur non client, le courrier est le geste le plus sûr : un mot écrit et nominatif, sans objet ni invitation.

# 6. Les vœux d’un office

Les vœux sont le courrier que tout le monde attend, et le seul où personne ne se demande pourquoi vous écrivez. Aucun texte de la profession ne les vise expressément.

À notre lecture, une carte nominative et sobre à un client de l'office relève de la **relation**, ou au plus d'une sollicitation personnalisée écrite, admise si elle reste utile et sincère.

La vraie question n'est pas « peut-on ? », mais « **à qui ?** ».

**1**

### Les clients de l’année.

Ceux dont l'acte a été signé dans l'année : la carte rappelle un moment partagé, sans le détailler.

**2**

### Les prescripteurs.

Une carte nominative, sans objet joint ni invitation. Zone grise : nous la lisons comme une correspondance, pas comme un avantage, mais faites valider cette lecture par votre chambre.

**3**

### Les confrères.

Ceux avec qui l'office a travaillé dans l'année : la confraternité s'entretient aussi par écrit.

Un objet de faible valeur n'est possible que pour les **clients** (RPN 14.2) ; pour un prescripteur, la carte suffit.

Quant au moment, visez une **arrivée choisie** : avant le 18 décembre pour remercier de l'année, ou du 4 au 15 janvier pour souhaiter la nouvelle, hors de la fermeture des bureaux.

Règlement professionnel du notariat, § 14.2 ; rétro-planning des vœux, outil Manuscry (calendrier 2026-2027) ; La Poste, délais de distribution

# 6.1 Le rétro-planning des vœux

Un calendrier de vœux se construit à l'envers : on part de la date de réception visée, et on remonte. Les dates ci-dessous sont calculées par notre outil de rétro-planning pour la saison 2026-2027, en envoi **en nombre** (tous les courriers déposés ensemble) ou **à l'unité** (envoi immédiat).

En étude, le goulot est presque toujours la liste : extraire les clients de l'année, vérifier les adresses, faire relire le texte.

### Réception visée : jeudi 17 décembre 2026

| Mode d'envoi | Rédaction et designs | Commande et BAT | Courriers prêts | Dépôt |
|---|---|---|---|---|
| **En nombre** | 4 novembre | 26 novembre | 7 décembre | 10 décembre |
| **À l'unité** | 6 novembre | 30 novembre | 9 décembre | 14 décembre |

Du **24 décembre au 1er janvier**, tout est gelé : rien ne se commande, ne se produit ni ne se dépose. Pour des vœux de janvier, visez une réception vers le **vendredi 15 janvier 2027** : en nombre, la rédaction commence le 25 novembre et le dépôt se fait le 8 janvier, quand les bureaux ont rouvert.

> **À retenir**
>
> Choisissez d'abord la date de réception, puis la liste : clients de l'année, prescripteurs, confrères. Le reste du calendrier s'en déduit.

# 7. La sollicitation personnalisée : un écrit, et rien d'autre

Se faire connaître hors de sa clientèle est possible, dans un couloir étroit. L'Autorité de la concurrence avait recommandé de **clarifier et d'assouplir** ces règles ; la refonte de 2024 ne l'a pas suivie (avis 26-A-03). Le cadre reste strict.

Aucun texte ne fixe de seuil entre un « groupe de personnes déterminées », permis, et une communication de masse « indifférenciée », interdite. À notre lecture, le critère est le **ciblage**, pas le nombre.

## 7.1 À qui écrire

1

**Des professionnels que vous connaissez.**

Les agences, banques ou cabinets du secteur avec lesquels l'office a déjà travaillé : une lettre nominative à chacun reste défendable.

2

**Vos clients, sur un sujet qui les concerne.**

Une réforme, une échéance, un dispositif qui arrive à son terme : le fichier de l'office, et lui seul.

3

**Les professionnels d'une spécialité nouvelle.**

Un associé spécialisé en droit de la famille ou de l'entreprise : une présentation aux avocats et experts-comptables concernés.

Décret n° 2023-1297, art. 14 et 26 ; règlement professionnel du notariat, §§ 7.1.2.2 et 14.1 à 14.3 ; Autorité de la concurrence, avis n° 26-A-03 du 25 février 2026 ; revue Defrénois, dossier sur la communication du notaire

En revanche, un fichier de particuliers acheté pour toute une commune relève de la **communication de masse** (RPN 14.2), et un courrier « vous souhaitez vendre ? » à des non-clients, du démarchage de mandat (RPN 7.1.2.2).

## 7.2 Les formulations

Le fond est contraint autant que le canal. Le décret exige une information « utile et sincère », une expression « décente et empreinte de retenue », sans inexactitude et sans rien de comparatif.

Un superlatif, un délai promis ou un prix mis en avant suffisent à faire basculer une lettre. Voici comment trier vos phrases :



**À proscrire**

« Le notaire le plus rapide de la ville »
« Nos tarifs les plus bas »
« Estimation offerte de votre bien »
« Contrairement à votre notaire actuel »

**À doser**

« Nous serions heureux de vous accompagner »
Une échéance, si elle est exacte et sourcée
Une spécialité, sans « meilleur » ni « expert reconnu »

**Juste**

« Un texte vous concerne : voici ce qu'il change »
« Si vous le souhaitez, nous en parlerons »
Le nom du notaire, l'adresse et les coordonnées de l'office

Un mot enfin sur l'accord du client. Certains offices ajoutent à la lettre de mission une case : « Souhaitez-vous recevoir une information régulière et des recommandations personnalisées ? », une pratique proposée dans un dossier de la revue Defrénois.

Ce n'est pas une obligation, mais une **trace** utile.



Une lettre nominative ouverte à son bureau : la sollicitation personnalisée, c'est un écrit choisi pour une personne déterminée.

### En pratique

Avant une première campagne vers des non-clients, envoyez le modèle à votre chambre départementale. Ce n'est pas obligatoire hors avis de presse, mais c'est la meilleure protection : la chambre contrôle a posteriori, autant lui montrer a priori.

# 8. Mesurer honnêtement

Un courrier d'office se juge rarement au bon endroit. Sans retour, on conclut que « ça ne sert à rien » ; quand un ancien client revient, on crédite la carte d'un retour qui serait venu de toute façon.

La seule façon honnête de savoir est de **comparer** des clients qui ont reçu le courrier à des clients qui ne l'ont pas reçu.

| Indicateur | Ce qu'il dit | Ce qu'il ne dit pas |
|---|---|---|
| **Retours « n'habite pas à l'adresse indiquée »** | La qualité de votre fichier | L'effet du courrier |
| **Réponses et appels après réception** | Qui a réagi personnellement | Ce qui en sortira |
| **Rendez-vous pris** | Le passage du courrier à la conversation | La part du courrier et celle du bouche-à-oreille |
| **Recommandations citées par les nouveaux clients** | Qui vous a recommandé | Si le courrier y est pour quelque chose |
| **Nouveaux dossiers des destinataires, comparés au groupe témoin** | L'effet propre du courrier sur le retour des clients | Rien de fiable si les groupes sont trop petits |

## 8.1 Le QR de suivi, avec prudence

Avec le QR de suivi en option, un courrier renvoie vers une page de l'office. Sans suivi nominatif, il reste neutre ; un suivi des scans client par client crée un **traitement de données** à documenter avec votre DPO, et touche au secret.

Sur un courrier de succession, **pas de QR** : ce courrier n'a rien à mesurer. Préférez compter les rendez-vous pris, ce que l'office sait déjà faire.

Méthode du groupe témoin ; décret n° 2023-1297, art. 8 ; règlement professionnel du notariat, § 10

# 8.2 Le groupe témoin

1. **Tirez au hasard** → 10 à 20 % des clients d'un même moment de vie (les acquéreurs de l'année, par exemple), qui ne recevront pas le courrier, ou le recevront plus tard.
2. **Jamais sur une succession** → on ne prive personne d'un mot de condoléances pour un test.
3. **Fixez la fenêtre avant l'envoi** → six à douze mois : le retour d'un client chez son notaire se compte en mois, pas en jours.
4. **Comparez** → nouveaux dossiers et recommandations des destinataires contre ceux du témoin, sur la même fenêtre.

Un mot sur la taille : avec quelques dizaines de clients par groupe, le témoin ne prouvera rien statistiquement. Il reste un **garde-fou** précieux, qui évite de créditer le courrier de ce qui serait arrivé de toute façon.

> **À retenir**
>
> Vous mesurez des réponses, des rendez-vous et des recommandations. Les nouveaux dossiers dépendent d'abord de l'accueil et de la qualité des actes.

# 9. Les erreurs fréquentes, et la check-list

Ces erreurs ne sortent d'aucune étude : ce sont celles que les textes visent directement, et qu'on évite en relisant son courrier avant l'envoi.

Les trois premières guettent tous les offices ; les trois suivantes, surtout ceux qui veulent se faire connaître vite.

1

**Annoncer le courrier par téléphone ou SMS.**

La sollicitation ne peut être qu'un écrit : l'appel ou le message qui « prévient » la fait sortir du cadre (RPN 14.3).

2

**Offrir un cadeau ou une invitation à un prescripteur non client.**

Objets et invitations sont réservés aux clients (RPN 14.2), et le notaire ne peut rémunérer un prescripteur « par quelque moyen que ce soit » (RPN 21).

3

**Se comparer.**

« Le plus rapide », « les tarifs les plus bas » : la comparaison est exclue, et l'inexactitude guette (art. 14 du décret).

Décret n° 2023-1297, art. 8, 14 et 26 ; règlement professionnel du notariat, §§ 7.1.2.2, 14.2, 14.3, 14.5 et 21

### 4

**Écrire à toute une commune.**

Un fichier de particuliers acheté pour une zone, c'est une communication de masse (RPN 14.2).

### 5

**Proposer une estimation à des non-clients.**

C'est du démarchage de mandat, interdit au notaire (RPN 7.1.2.2).

### 6

**Une enveloppe qui en dit trop.**

Le type d'acte ou le nom d'un défunt à l'extérieur du pli : le secret est général et absolu (art. 8 du décret).

## 9.1 La check-list avant d'envoyer

### Check-list

Destinataires tirés du fichier de l'office, ou professionnels déterminés que vous connaissez.
Un fait du dossier ou une information utile pour chaque courrier.
Aucune comparaison, aucun superlatif, aucun prix mis en avant.
Un signataire réel : le notaire que le destinataire a rencontré.
Identité de l'office lisible, logo conforme à la charte de la profession (RPN 14.5).
Enveloppe sans aucune mention du dossier.
Aucun objet ni invitation pour un prescripteur.
Contrat de sous-traitance et engagement de secret signés avec le prestataire, traitement validé par le DPO.
Modèle soumis à la chambre pour tout envoi à des non-clients (prudence, pas obligation).
Groupe témoin tiré au hasard, fenêtre de mesure fixée.

Décret n° 2023-1297, art. 8, 14 et 26 ; règlement professionnel du notariat, §§ 7.1.2.2, 14.2, 14.3, 14.5 et 21

# 10. Et avec Manuscry

Tout ce qui précède peut se faire à la main, client par client. Si vous préférez que le merci parte après chaque signature et que les vœux soient déposés à la bonne date, voici les scénarios les plus proches de la vie d'un office.

Pour l'anniversaire d'acquisition, une liste exportée une fois par an suffit : les acquéreurs de l'année précédente, avec l'accord de votre DPO.




### Envoi à une liste

Le scénario à tout faire ! Importez vos propres contacts ou ajoutez-les un par un, manuellement par csv.

Carte ou lettre · Enveloppe · Affranchissement

À partir de **1,23 €**




### Vœux 2027

Rendu manuscrit ou non, personnalisées par destinataire, déposées à La Poste à la date que vous choisissez.

Carte ou lettre · Enveloppe · Affranchissement

À partir de **1,23 €**

### Concrètement dans Manuscry

Vous importez votre liste (CSV, Google Sheets) ou branchez votre outil, vous écrivez un modèle avec les variables de chaque contact, puis vous choisissez la date de dépôt. Chaque courrier est personnalisé, au rendu manuscrit ou typographique, imprimé, mis sous pli, affranchi et déposé à La Poste à la date choisie, avec un QR de suivi en option. Dès 1 exemplaire, sans abonnement : 2,50 € HT à l'unité, dégressif jusqu'à 0,98 € HT en volume (envoi direct France).

*Faudra-t-il tout envoyer à la main ?* Non. Si votre logiciel n'a pas de connecteur natif, l'envoi se déclenche depuis l'outil de votre choix (Zapier, Make, n8n ou l'API), à condition que votre DPO valide le flux et que seuls le nom, l'adresse et la date utile en sortent :

**Un acte de vente est signé** → une carte de remerciement part.
**Une acquisition a un an** → une carte part.
**Un nouvel associé arrive** → une lettre de présentation part vers vos prescripteurs.

## Intégrez vos outils




### Envoi via Zapier

Déclenchez l'envoi automatique d'une carte depuis n'importe quelle app connectée à Zapier.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de
**1,23 €**

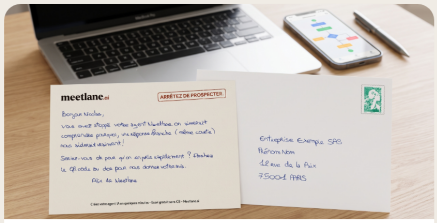



### Envoi par API

Déclenchez l'envoi de cartes physiques directement depuis votre application via l'API.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de
**1,23 €**



### Envoi par MCP

Déclenchez l'envoi de cartes physiques directement depuis vos agents IA via MCP.

Carte ou lettre
Enveloppe
Affranchissement

À partir de
**1,23 €**

# Prêt à passer à l’action ?

Un courrier d'office réussi tient en peu de choses : une personne nommée, un moment qui la concerne, une information utile et sincère, une vraie signature, et rien sur l'enveloppe.

Le notaire n'a ni démarche publicitaire ni téléphone pour se faire connaître : il a l'écrit, et la confiance de ceux qu'il a déjà servis. Le courrier ne remplace pas cette confiance, il la rend visible aux moments où elle compte. Vous souhaitez voir avec nous le bon scénario pour votre office ? Parlons-en directement.

**Demander un échantillon**
manuscry.com/#sample →

**Trouver mon scénario idéal**
manuscry.com/scenarios →

**Réserver une démo**
manuscry.com/demo →

**Voir nos autres playbooks**
manuscry.com/playbooks →

> Une lettre parfaite est une lettre qui ne contient qu’une idée. Si vous avez une idée, dites-la et arrêtez-vous. C’est déjà si beau, d’avoir une idée !
>
> **Paul Reboux**