BULLETIN D'INFORMATION SUR LA NÉGOCIATION IMMOBILIÈRE NOTARIALE

SERVICES NEGO Le mag'

N° 89 AUTOMNE 2026



ENQUÊTE EXCLUSIVE

NÉGOCIATEUR 2026

QUI ÊTES-VOUS VRAIMENT ?

Expérimenté, connecté, heureux... mais lucide

Photo générée par une IA

LES TENDANCES IMMO
LE GÉANT IDEALISTA CHOISIT IMMONOT P. 16

MÉTIER
NS VOICE : LE STANDARD TÉLÉPHONIQUE IA P. 18

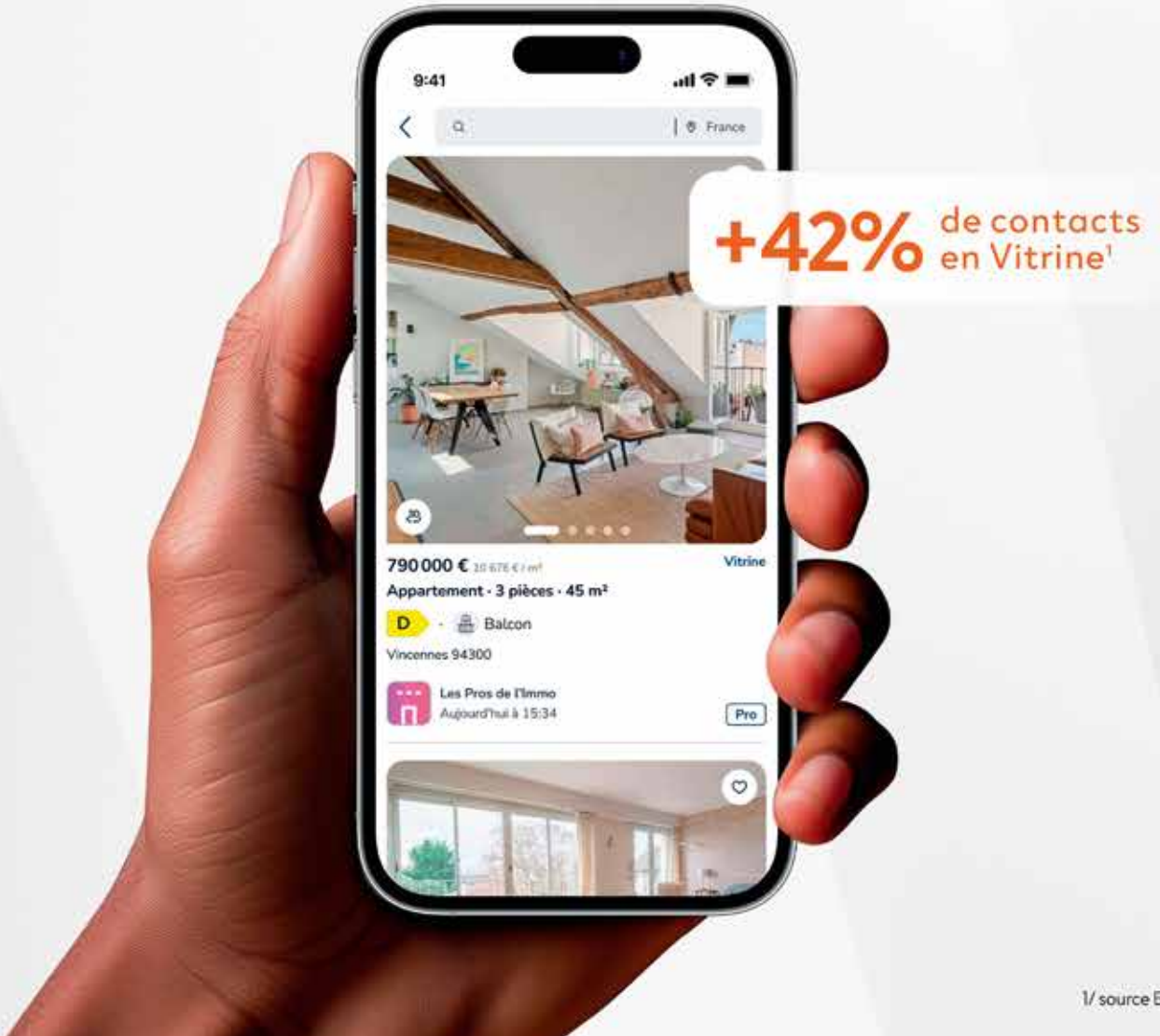
INTERVIEW
VENTE INTERACTIVE P. 22

leboncoin immo

1ère plateforme immobilière

Placez vos biens **là où ils le méritent.**

Avec **Vitrine**, placez vos annonces **en tête des résultats** sur le 1er portail immobilier de France.



1/ source Etude interne 2026

SERVICES NEGO
N° 89 - AUTOMNE 2026 *Le mag'*

SOMMAIRE

04 ENQUÊTE
Portrait du négociateur 2026
Qui êtes-vous vraiment ?

12 CONSEIL
Vous n'imaginez pas
tout ce que votre vitrine peut faire pour vous

14 LES TENDANCES IMMO
Multidiffusion
Être partout ne suffit plus

16 **Le géant idealista choisit immonot**
pour conquérir le marché immobilier français

18 MÉTIER
NS VOICE
Déjà 50 études notariales conquises par le standard téléphonique IA

20 COMMUNICATION
Et si votre prochain mandat se trouvait à la boulangerie ?

22 INTERVIEW
Vente interactive
Une maison estimée 140 000 € vendue 180 000 €... Et si on laissait parler le marché ?

RETROUVEZ-NOUS SUR

L'ÉDITO

Heureux, mais pas naïfs

Chères négociatrices, chers négociateurs,

On vous croyait discrets. Vous êtes surtout occupés. Entre une estimation à défendre, une visite qui déborde et un vendeur persuadé que sa maison vaut 30 % de plus que le marché, vous n'aviez sans doute pas prévu de remplir un questionnaire. Vous avez pourtant été nombreux à le faire. Et ce que vous nous avez dit mérite qu'on s'y arrête.

Premier constat, presque à contre-courant de l'époque : vous aimez votre métier. 84 % se disent heureux, 80 % se voient encore négociateurs dans trois ans. Dans un secteur qui a passé deux ans à broyer du noir, c'est une nouvelle. Une vraie.

Mais heureux ne veut pas dire naïfs. Le juste prix reste votre premier combat, l'estimation votre plus grosse dévoreuse de temps.
Les agences et les mandataires ne vous font aucun cadeau. Et beaucoup pointent une frustration plus sourde : un service négociation encore méconnu du public, parfois sous-estimé au sein même de l'étude. C'est dit.

Alors, que faire de ce portrait ? Pas un constat de plus. Des réponses. Être vu, d'abord. Idealista, le géant européen des portails, débarque en France et a choisi immonot pour les annonces notariales. Et le bon vieux magazine papier, attrapé à la boulangerie, incite plus d'un lecteur sur trois à franchir la porte d'une étude. Qui l'eût cru ?

Ne plus rien laisser filer, ensuite. Un appel d'acquéreur sans réponse, c'est parfois une vente qui part ailleurs. Plus de 50 études ont déjà confié ces appels à NS Voice.

Laisser parler le marché, enfin. À Troyes, une maison estimée 140 000 € s'est vendue 180 000 € en vente interactive. Une démonstration qui vaut tous les argumentaires.

Vous l'avez résumé mieux que nous : le négociateur de 2026 n'a pas besoin de réinventer son métier. Il a besoin de moyens pour mieux l'exercer. Message reçu.

Bonne lecture.



François-Xavier DUNY
Président Groupe Notariat Services

Directeur de la publication François-Xavier DUNY / **Rédactrice en chef** Nathalie DUNY
Rédaction Nathalie Duny / **Graphisme** Sylvaine ZILLI / **Relations commerciales** Christelle DUTEIL
Tél. 05 55 73 80 22 **Impression** FABRÈGUE 87500 St-Yrieix-la-Perche / **Distribution** INFO ROUTAGE

PORTRAIT DU NÉGOCIATEUR 2026



Expérimenté, connecté, heureux… mais lucide

Il connaît le terrain, les vendeurs, les acquéreurs et les retournements du marché. Il a, le plus souvent, entre 40 et 59 ans, plus de huit ans de métier et, pour plus d'un sur deux, une première expérience en agence immobilière avant de rejoindre le notariat. Aujourd'hui plus spécialisé et mieux équipé, il travaille avec un logiciel de négociation, multiplie les canaux de diffusion et commence à intégrer l'intelligence artificielle dans ses pratiques. Mais derrière les outils, son métier reste avant tout une affaire de confiance, de conseil et d'accompagnement.

C'est le portrait qui se dessine à travers les réponses de 228 négociateurs immobiliers notariaux à notre grande enquête 2026.

Un portrait qui révèle aussi quelques paradoxes. 84 % se disent heureux dans leur métier et 80,3 % envisagent positivement de l'exercer encore dans trois ans. Pourtant, le quotidien s'est complexifié : convaincre les vendeurs sur le juste prix arrive en tête des difficultés, devant le manque de temps, tandis que la concurrence des agences et des réseaux de mandataires reste bien présente.

Qui est vraiment le négo en 2026 ? Combien gagne-t-il ? D'où viennent ses mandats et ses acquéreurs ? Qu'est-ce qui lui prend le plus de temps ? Quels outils utilise-t-il ? Et surtout, qu'est-ce qui le rend encore heureux dans son métier ?

Plongée dans le quotidien de celles et ceux qui font vivre la négociation notariale.

228
RÉPONDANTS
négociateurs immobiliers notariaux

84 %
se disent heureux dans leur métier

80,3 %
envisagent positivement de poursuivre le métier dans 3 ans

LE NÉGO 2026
EN 10 CHIFFRES

Le portrait-robot issu des réponses de 228 négociateurs immobiliers notariaux

Son profil

1 **73,7 %** ont entre 40 et 59 ans

2 **55,3 %** exercent depuis au moins 8 ans

3 **52,6 %** travaillaient auparavant en agence immobilière



Son métier

4 **57,9 %** se consacrent uniquement à la négociation

5 **84,2 %** utilisent un logiciel de négociation

Sa rémunération

6 **39,5 %** perçoivent entre 35 000 et 50 000 € bruts/an, fixe + commissions compris

Son rapport au métier

9 **84 %** se disent très ou plutôt heureux dans leur métier

Son quotidien

7 **54 %** citent l'estimation comme l'activité qui leur prend le plus de temps

8 **30 %** citent comme première difficulté le fait de convaincre le vendeur sur le prix

10 **80,3 %** pensent encore exercer le métier dans 3 ans

EXPÉRIMENTÉ, CONNECTÉ, PROCHE DE SES CLIENTS,
ATTACHÉ À SON MÉTIER… MAIS LUCIDE.

UNE GÉNÉRATION DE NÉGOS EXPÉRIMENTÉS

Le négociateur en 2026 a du métier

Premier enseignement de notre enquête : le négociateur immobilier notarial n'est pas un débutant. **55,3 % exercent depuis au moins huit ans, dont 26,3 % depuis plus de quinze ans.**

L'âge confirme ce niveau d'expérience : **73,7 % des répondants ont entre 40 et 59 ans.**

Les moins de 30 ans ne représentent que 1,3 %.

Le négociateur a donc déjà traversé plusieurs périodes de marché. Il a connu les années où les transactions s'enchaînaient rapidement et celles où il faut davantage argumenter une estimation, rassurer les acquéreurs et convaincre les vendeurs de regarder le marché tel qu'il est.

Cette expérience constitue l'un de ses principaux atouts : **connaissance du secteur, maîtrise de l'estimation, compréhension des attentes des clients et capacité à accompagner une transaction dans toutes ses étapes.**

55,3 %
exercent depuis au moins 8 ans

73,7 %
ont entre 40 et 59 ans



AVANT LE NOTARIAT, ILS ÉTAIENT DÉJÀ DANS L'IMMOBILIER

52,6 % travaillaient auparavant en agence immobilière.

Si l'on ajoute les réseaux de mandataires et les autres métiers de l'immobilier, **près de deux négociateurs sur trois avaient déjà une expérience du secteur** avant de rejoindre le notariat.

Seuls 10,5 % ont découvert le métier lors de leur premier emploi.

La force du négociateur notarial par rapport à un agent immobilier ?

La sécurité juridique et la déontologie dans un domaine (l'immobilier), qui est devenu une vraie jungle et où de nombreux acteurs se font une concurrence parfois déloyale.

Éric PETIOT

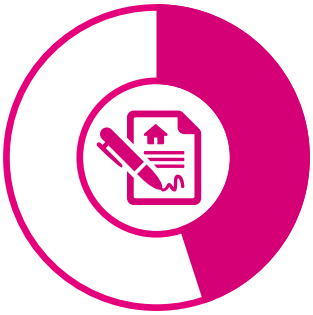
Négociateur… et de plus en plus spécialisé

57,9 % se consacrent uniquement à la négo immobilière

DES MANDATS ET DES ACTIVITÉS AU CŒUR DU MÉTIER

UNE ACTIVITÉ SOUTENUE

En 2025, **44,7 %** ont réalisé **entre 21 et 40 ventes**





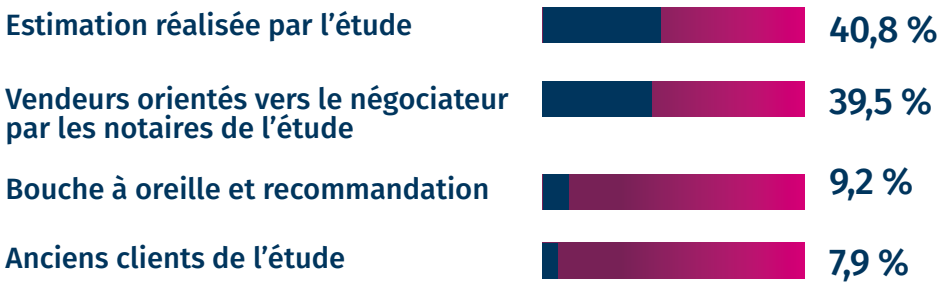
CÔTÉ PORTEFEUILLE

35,5 % gèrent actuellement **10 à 20 mandats actifs**

32,9 % en gèrent **21 à 40**

22,4 % en gèrent **plus de 40**

DES MANDATS QUI VIENNENT D'ABORD MAJORITAIREMENT DE L'ÉCOSYSTÈME NOTARIAL



« Le plus souvent, les vendeurs et acquéreurs ne savent pas que beaucoup d'études notariales disposent d'un service de négociation. »

Jacques-Olivier MURGUE



Le 1er réseau du négo :

Son étude

LE JUSTE PRIX
NERF DE LA NÉGOCIATION

Visites, appels, suivi des acquéreurs, dossiers administratifs… Le quotidien du négociateur est bien rempli. Pourtant, lorsqu'on lui demande quelle activité lui prend le plus de temps, une réponse se détache nettement.

Car entre la valeur estimée d'un bien et le prix espéré par son propriétaire, l'écart peut être important.
Tout l'enjeu est là : **estimer ne suffit pas. Il faut expliquer, objectiver, argumenter et convaincre.**

LE PRIX NE SE DONNE PAS. IL SE DÉMONTRE.

54 %

citent l'estimation comme l'activité qui leur prend le plus de temps

30 %

citent comme première difficulté le fait de convaincre le vendeur sur le prix



La problématique ?

Le décalage entre une estimation et le prix espéré par un vendeur.

Florian BIGOTTE

LE MATCH DE LA CONCURRENCE

39,5 %

désignent les agences immobilières indépendantes comme principales concurrentes

VS

38,2 %

désignent les réseaux de mandataires comme principaux concurrents

Face à eux, le négociateur notarial ne peut pas toujours jouer avec les mêmes armes. Sa différence se construit sur la crédibilité de l'estimation, la confiance et l'environnement notarial.

LE NÉGOCIATEUR EST DEVENU CONNECTÉ



Le terrain reste indispensable. Mais le négociateur travaille aussi derrière un écran.
Logiciels métier, portails immobiliers, réseaux sociaux et intelligence artificielle font désormais partie de son quotidien.

LE LOGICIEL MÉTIER AU CŒUR DE L'ACTIVITÉ

84,2 %

utilisent un logiciel de négociation

Parmi les 228 répondants ayant précisé le nom de leur solution, **Immonot Pro Premium arrive largement en tête des logiciels cités.**

LES PORTAILS IMMOBILIERS RESTENT INCONTOURNABLES

Classement des principales sources de contacts acquéreurs :

1. leboncoin
2. immonot
3. SeLoger
4. immobilier.notaires.fr
5. site de l'étude

47,4%

n'utilisent jamais les réseaux sociaux professionnellement

ET L'IA ? ELLE EST DÉJÀ LÀ

75 %

l'utilisent dans leur activité

17 % l'utilisent tous les jours

26 % plusieurs fois par semaine

32 % occasionnellement.

Les usages sont concrets : rédaction d'annonces, emails et courriers clients, analyse du marché immobilier, création de supports commerciaux.

45 % **souhaitent en priorité une formation pratique à l'IA dédiée aux négociateurs**

LE DIGITAL EST LÀ. LE VRAI ENJEU DÉSORMAIS C'EST D'EN FAIRE UN OUTIL MÉTIER.

ILS AIMENT LEUR MÉTIER... MAIS RESTENT LUCIDES



84 %

se disent très ou plutôt heureux dans leur métier

80,3 %

pensent encore exercer le métier dans 3 ans

QU'EST-CE QUI LEUR FAIT AIMER LEUR MÉTIER ?

- **Le client est au cœur de la satisfaction professionnelle.**
- **Accompagner, conseiller**
- **Rassurer, voir aboutir un projet**

> *Réaliser le rêve de mes acquéreurs.*
> Une négociatrice des Côtes-d'Armor

Une transaction n'est jamais seulement une transaction. Derrière un bien se trouvent souvent une succession, une séparation, un changement de région, un premier achat ou un nouveau projet de vie. **Le négociateur estime et négocie, mais il écoute aussi, rassure, explique et accompagne.**

> **La plus grande frustration ?**
> *Le manque de reconnaissance interne.*
> Julien SAINT-PIERRE

UN MÉTIER QUE L'ON AIME EXERCER... MAIS QUE L'ON HÉSITE DAVANTAGE À CONSEILLER

Mais lorsqu'il s'agit de conseiller ce métier à un proche, l'enthousiasme retombe. Le nombre de négociateurs qui le recommanderaient sans hésiter ne suffit pas à compenser ceux qui se montrent beaucoup plus réservés.
Résultat : le score de recommandation bascule légèrement dans le négatif.

LES RAISONS QUI FONT ENVISAGER UN DÉPART

- **Les difficultés du marché**
- **La rémunération**
- **L'évolution professionnelle**
- **Le manque de reconnaissance**
- **La charge administrative**



ET DEMAIN ?

Le portrait du négociateur en 2026 n'est pas celui d'un métier en crise. C'est celui d'**une profession expérimentée, très attachée à sa relation avec les clients** et désormais largement équipée d'outils numériques. Mais plusieurs marges de progression apparaissent clairement.



3 DÉFIS POUR DEMAIN

1 MIEUX FAIRE CONNAÎTRE LA NÉGOCIATION NOTARIALE

La visibilité constitue un premier enjeu : le grand public ne sait pas toujours que son notaire peut aussi l'accompagner dans la vente ou l'achat d'un bien.

2 DONNER AUX NÉGOCIATEURS LES BONS OUTILS ET LES BONNES COMPÉTENCES

45 %
souhaitent en priorité une formation pratique à l'IA appliquée à leur métier.

3 JOUER DAVANTAGE COLLECTIF

Échanges entre offices, groupements, partage des pratiques et coopération autour des mandats peuvent renforcer la force du réseau notarial.

> *Fédérer davantage les études en les impliquant dans la négociation notariale.*
>
> Arthur PINEL

> *Faire comprendre à certains notaires la grande utilité du service négociation.*
>
> Un négociateur de la Marne

LES FONDAMENTAUX RESTENT LES MEILLEURS ATOUTS

Connaître son marché

Estimer au juste prix

Conseiller et rassurer

Créer de la confiance

Accompagner un projet de vie

LE NÉGOCIATEUR EN 2026 N'A PAS BESOIN DE RÉINVENTER SON MÉTIER.
IL A BESOIN DE MOYENS POUR MIEUX L'EXERCER.

Vous n'imaginez pas
TOUT CE QUE VOTRE VITRINE PEUT FAIRE POUR VOUS

Votre prochain acquéreur passe peut-être devant votre étude. À l'intérieur, un client patiente avant son rendez-vous, tandis qu'un autre consulte un plan avec votre équipe. À chacun de ces moments, un écran peut rendre un bien plus visible, une information plus accessible ou un échange plus concret. Vitrinemedia équipe les vitrines et les intérieurs des études notariales : accueil, salle d'attente, bureaux et espaces de signature.



Thibault GUILLAUME
CEO et fondateur de Vitrinemedia

EN VITRINE : FAITES NAÎTRE L'ENVIE DE VISITER

Une maison avec jardin, un appartement avec terrasse, un terrain dans une commune voisine… Votre vitrine permet aux passants de découvrir les biens dont vous assurez la négociation. Elle peut devenir le premier contact entre un acquéreur et votre offre.

Les écrans Vitrinemedia permettent de présenter plusieurs annonces et différentes photographies d'un même logement. Une vue extérieure attire l'attention ; les images du séjour, du jardin ou de la terrasse donnent envie d'en savoir plus. Vous montrez ce qui fait l'intérêt du bien et donnez au passant une raison de contacter votre service de négociation.

Encore faut-il que ces images soient bien visibles. Exposition au soleil, reflets, dimensions de la façade et distance de lecture déterminent le choix des équipements.

Vitrinemedia vous accompagne pour sélectionner les formats et les emplacements qui mettront vos annonces en valeur.

" Votre portefeuille bénéficie d'un espace de présentation supplémentaire"

Le bon réflexe : choisissez une première photographie soignée et faites ressortir la commune, le prix et les caractéristiques, avec une présentation lisible des mentions requises. Renouvelez régulièrement votre sélection pour intéresser les habitants qui passent devant l'étude. Un QR code vers la fiche du bien permet ensuite de retrouver l'annonce sur son téléphone et de poursuivre la découverte.

À L'ACCUEIL : RENDEZ VOTRE ACTIVITÉ VISIBLE DÈS L'ARRIVÉE

Un client venu pour une donation ou une succession ne connaît pas nécessairement les biens que vous proposez. Un écran à l'accueil peut lui faire découvrir une maison, un appartement ou un terrain correspondant à son projet ou à celui d'un proche.

Votre portefeuille bénéficie ainsi d'un espace de présentation supplémentaire, auprès de personnes qui fréquentent déjà l'étude. Les annonces peuvent côtoyer des informations pratiques : horaires, coordonnées ou présentation des interlocuteurs.

Les PLV dynamiques, ces supports d'affichage qui diffusent des contenus sur écran, trouvent leur place dans les espaces d'accueil et de passage.

Vitrinemedia vous aide à choisir leur format et leur implantation en fonction du mobilier, de la circulation et du recul disponible.

Le conseil : gardez des messages courts et immédiatement compréhensibles. À l'accueil, le client doit pouvoir saisir une information sans attendre la fin d'une longue séquence.

EN SALLE D'ATTENTE : PRÉPAREZ LES ÉCHANGES

La salle d'attente laisse davantage de temps pour consulter un contenu. Un écran LCD intérieur peut y présenter vos biens, mais aussi expliquer les étapes d'une acquisition, rappeler les documents à préparer ou apporter des repères sur les démarches notariales. Ces informations donnent aux clients des éléments pour formuler leurs questions avant le rendez-vous. Elles permettent également de faire connaître l'étendue des sujets traités au sein de l'étude à travers des exemples concrets.

Pour ces espaces, Vitrinemedia propose des écrans intérieurs dont le format et l'emplacement sont choisis en fonction de la pièce et de la position des sièges.

Le bon réflexe : prévoyez une lecture sans son, des caractères suffisamment grands et une seule idée par séquence. Alternez les informations pédagogiques et les annonces pour proposer une présentation variée, facile à suivre.

DANS LES BUREAUX : REGARDEZ LES DOCUMENTS ENSEMBLE

Lors d'un rendez-vous immobilier, une photographie ou un plan peut faire avancer la discussion. L'acquéreur repère une pièce, s'interroge sur un accès ou souhaite revoir une vue du logement. Un écran partagé permet à chacun de regarder le même document et d'échanger à partir d'éléments précis.

Dans les bureaux de négociation comme dans les espaces de signature, les écrans LCD intérieurs peuvent servir à présenter les documents utiles au rendez-vous, selon vos outils et votre organisation.

La taille, la hauteur et l'orientation de l'écran doivent permettre une consultation confortable par les personnes présentes.

Vitrinemedia vous accompagne dans ces choix pour intégrer l'équipement à votre espace de travail.

DES CONTENUS QUI SUIVENT L'ACTIVITÉ DE VOTRE ÉTUDE

Un nouveau mandat, un changement de prix, une information pratique à actualiser : votre affichage doit pouvoir évoluer facilement.

Avec Visibble Display, vous organisez la diffusion de vos contenus sur vos écrans. Des modèles de présentation vous aident à conserver une mise en page cohérente et à préparer les prochaines publications. Vous pouvez prévoir des contenus différents selon les espaces : annonces en vitrine, informations en salle d'attente et messages pratiques à l'accueil.

Définissez un référent pour suivre les mises à jour et vérifier les contenus diffusés. Une annonce disponible, un prix exact et un lien fonctionnel contribuent autant à la qualité de votre communication que le choix des écrans.

VOTRE PROJET COMMENCE PAR VOS LOCAUX ET VOS BESOINS

Vous souhaitez attirer l'attention sur vos biens, équiper votre salle d'attente ou installer un écran dans un bureau de signature ? Vitrinemedia vous accompagne dans le choix des équipements, leur implantation et la gestion de leur diffusion, en tenant compte des contraintes de vos locaux et du cadre applicable à votre étude.

Écrans vitrine, PLV dynamiques, écrans LCD intérieurs : vous choisissez les espaces à équiper et les usages à développer. Notre équipe vous aide à construire votre installation.

CONTACTEZ Vitrinemedia

pour nous présenter votre projet et étudier l'équipement de votre vitrine, de votre accueil ou de vos bureaux.



MULTIDIFFUSION
Être partout ne suffit plus

Leboncoin, SeLoger, Bien'ici, immonot... Les portails immobiliers se multiplient. Mais attirent-ils tous les mêmes acquéreurs ? Pour les négociateurs, l'enjeu n'est plus seulement de diffuser leurs annonces sur un maximum de sites. C'est de toucher les bons acheteurs, au bon endroit, tout en gagnant du temps. Et sur ce terrain, l'immobilier notarial possède de sérieux atouts.



À CHAQUE BIEN SON TERRAIN DE CHASSE

Tous les biens ne chassent pas les mêmes acquéreurs !

Un appartement en centre-ville, une maison familiale, un corps de ferme à rénover ou une propriété de prestige... Ces biens ne séduisent pas nécessairement les mêmes acheteurs. Alors pourquoi les diffuser exactement de la même manière ?

Chaque portail possède son audience et ses spécificités.

Leboncoin bénéficie d'une audience généraliste très large, SeLoger apporte une visibilité nationale, les portails régionaux touchent les acquéreurs de proximité, tandis que les plateformes spécialisées ciblent certaines catégories de biens.

Immonot, lui, s'adresse notamment aux acquéreurs qui recherchent des biens proposés par les notaires.

La bonne stratégie ? Adapter sa diffusion au bien et au profil de l'acquéreur recherché.

À CHAQUE BIEN, SA STRATÉGIE !

LE BIEN « STAR »

Un appartement idéalement situé ou une maison très recherchée ? Une diffusion large permet de multiplier rapidement les occasions de contact.

LE BIEN CLASSIQUE

Associer portails généralistes, régionaux et notariaux permet de toucher différents profils d'acquéreurs.

LE BIEN DIFFICILE

Lorsqu'un bien tarde à trouver preneur, multiplier les annonces ne suffit pas. Il faut aussi réexaminer le prix, les photos, la présentation et les canaux de diffusion.

LE BIEN DE PRESTIGE

Une demeure d'exception mérite une visibilité ciblée, nationale et parfois internationale, pour séduire des acquéreurs au-delà du marché local.

MULTIPLIER LES CONTACTS, OUI. MAIS LES BONS !

Une annonce peut enregistrer des centaines de consultations sans provoquer une seule visite. À l'inverse, quelques contacts bien qualifiés peuvent suffire à déclencher une vente. Alors, faut-il vraiment juger un portail uniquement au nombre de clics qu'il génère ? Le véritable indicateur de performance, c'est sa capacité à transformer une annonce en contacts qualifiés, en visites, en offres... puis en ventes.

Car un contact n'a de valeur que s'il fait avancer un projet immobilier.

Et c'est précisément là qu'un portail spécialisé comme immonot peut faire la différence.



LES ATOUTS D'IMMONOT

À Rennes, Christophe Malignier, de l'office notarial de la Visitation, utilise plusieurs portails pour commercialiser ses biens.
« C'est important pour moi que les contacts viennent de partout, de plusieurs canaux. »
Mais certains acquéreurs ont leurs habitudes. Il se souvient d'un appartement situé place de Bretagne, à Rennes. Des acheteurs, généalogistes de profession et habitués à travailler avec les notaires, effectuaient leurs recherches immobilières sur immonot. Après avoir visité plusieurs biens proposés par des acteurs rennais, c'est finalement une annonce publiée sur le portail notarial qui a déclenché leur achat.

Une preuve qu'un portail spécialisé peut toucher des acquéreurs qui seraient passés à côté du bien sur d'autres supports.

> *On a des clients qui ne consultent qu'immonot*

DES CONTACTS MOINS NOMBREUX, MAIS PLUS QUALIFIÉS ?

À l'office Cailteaux, à Witry-lès-Reims, Pierrick Lohou fait un constat intéressant : les contacts issus d'immonot arrivent souvent avec un projet déjà bien défini.
Financement étudié, critères de recherche précis, questions concrètes… Les échanges peuvent plus rapidement déboucher sur une visite.
« Quand nous recevons un contact via Immonot, nous savons qu'il est sérieux. »
Et la confiance joue un rôle essentiel. ***« La première chose, c'est le fait que cela passe par un notaire. Les clients ont confiance en nous en tant que professionnels. »***
Un avantage qui ne se mesure pas uniquement au nombre de formulaires reçus !

UN CONTACT AUJOURD'HUI, UNE VENTE DEMAIN ?

À Tinqueux, une acquéreuse contacte une étude via immonot pour visiter une maison. Finalement, le bien ne correspond pas exactement à ses attentes.
L'histoire aurait pu s'arrêter là. Mais la relation de confiance est créée. Depuis ce premier échange, cette cliente poursuit ses recherches exclusivement avec l'étude.
« Cette cliente a pris confiance en nous et visite maintenant des biens exclusivement avec nous. »

Un contact qui ne débouche pas immédiatement sur une vente peut devenir un véritable client pour l'étude.

LE BON PORTAIL N'EST PAS FORCÉMENT CELUI QUI VOUS APPORTE LE PLUS DE CONTACTS. C'EST CELUI QUI VOUS APPORTE LES BONS.

LA MULTIDIFFUSION SANS MULTIPLIER LES TÂCHES

Reste une question essentielle : comment être présent sur plusieurs portails sans passer ses journées à gérer les annonces ?
Avec immonot et son logiciel de négociation **Immonot Pro Premium,** les études peuvent centraliser leurs annonces et organiser leur diffusion vers les portails partenaires.
Une annonce saisie une seule fois, des mises à jour centralisées et moins de manipulations au quotidien.
Christophe Malignier apprécie cette simplicité : ***« Dans tous les cas, je sais que si c'est diffusé, c'est bien diffusé. »***
Car la bonne multidiffusion, c'est aussi celle qui laisse davantage de temps au négociateur pour son véritable métier : accompagner vendeurs et acquéreurs.

Le bon portail n'est pas forcément celui qui apporte le plus de contacts. C'est celui qui apporte les bons.
Et les possibilités de diffusion continuent de s'élargir. Dernière nouveauté : un partenariat entre immonot et le géant européen idealista. Une nouvelle vitrine pour les annonces notariales, à découvrir dans les pages suivantes.

IMMONOT EN CHIFFRES

1,3 million de visites mensuelles

1 500 études notariales clientes

25 000 annonces immobilières

Au-delà de son portail dédié à l'immobilier notarial, Immonot permet aux études de centraliser leurs annonces et d'organiser leur multidiffusion vers différents partenaires. Une façon de multiplier les audiences sans multiplier les saisies.

Le géant européen idealista choisit immonot

pour conquérir le marché immobilier français

200 millions de visites mensuelles en Europe d'un côté. Près de 60 ans d'expertise notariale de l'autre. À peine arrivé en France, idealista a choisi immonot comme partenaire exclusif pour les annonces notariales. Et le partenariat est déjà une réalité : 25 000 biens issus de 1 500 études notariales sont visibles sur idealista.fr.

UN GÉANT EUROPÉEN, UN PARTENAIRE NOTARIAL FRANÇAIS

Idealista débarque en France. Et ne vient pas faire de la figuration !

Le marché français des portails immobiliers accueille un nouveau poids lourd.
Lancé dans l'Hexagone le 10 septembre 2026, idealista est déjà un acteur incontournable en Espagne, en Italie et au Portugal. Avec plus de 200 millions de visites mensuelles en Europe et plus de 70 000 professionnels partenaires, le groupe affiche de solides ambitions.
Son objectif ? Se faire une place sur le marché français, où la concurrence entre portails immobiliers est particulièrement intense.
Pour accélérer son implantation, idealista s'entoure de partenaires qui connaissent parfaitement leur marché.

Et pour les annonces notariales, son choix s'est porté sur immonot, le portail immobilier historique des notaires, édité par Notariat Services.

QUAND UN GÉANT EUROPÉEN RENCONTRE UN GROUPE FAMILIAL CORRÉZIEN

D'un côté, une plateforme technologique devenue incontournable en Europe du Sud.
De l'autre, Notariat Services, une entreprise familiale installée à Pompadour, en Corrèze, depuis 1967, qui accompagne les notaires dans leur communication et leur activité immobilière.
Deux histoires différentes, mais des expertises complémentaires.
Pour idealista, l'intérêt est de s'appuyer sur un partenaire solidement implanté dans le monde notarial, capable de lui apporter immédiatement une offre immobilière diversifiée.
Pour immonot, ce rapprochement ouvre de nouvelles perspectives de visibilité pour les annonces de ses études clientes.
Aurélien Flament, directeur général d'idealista France, explique :
« Pour réussir notre arrivée en France, nous voulions nous appuyer sur des partenaires qui connaissent parfaitement leur métier. Immonot est ancré dans le monde notarial depuis longtemps, et ses annonces apportent dès le lancement une offre de qualité aux utilisateurs d'idealista.fr. »

25 000 ANNONCES NOTARIALES DÉJÀ EN LIGNE !

Ce partenariat n'est pas une simple déclaration d'intention. Il est déjà opérationnel !
25 000 annonces immobilières issues de 1 500 études notariales sont désormais visibles sur idealista.fr grâce à immonot.
Mais au-delà des chiffres, c'est aussi la place de l'immobilier notarial dans le paysage des portails immobiliers qui se trouve renforcée.
Les biens commercialisés par les notaires bénéficient d'une nouvelle vitrine, au moment même où idealista construit sa présence sur le marché français.

> *Une belle reconnaissance pour notre Groupe*

François-Xavier Duny, président de Notariat Services, souligne la portée de cet accord :
« Qu'un acteur de la dimension d'idealista choisisse un groupe familial de Corrèze comme partenaire, c'est une belle reconnaissance.
Depuis près de 60 ans, nous innovons aux côtés des notaires.
Ce partenariat en est une nouvelle preuve concrète. »

UNE NOUVELLE VITRINE POUR LES BIENS DES NOTAIRES

ET SI VOTRE PROCHAIN ACQUÉREUR VENAIT DE L'ÉTRANGER ?

Une maison de caractère en Bretagne, une propriété en Dordogne, un appartement sur la Côte d'Azur ou une demeure d'exception en Provence… Certains biens peuvent séduire bien au-delà de leur marché local.

Avec idealista, les négociateurs disposent d'une nouvelle vitrine susceptible de toucher des acquéreurs français, mais aussi une clientèle internationale.

Le portail propose notamment un espace consacré à l'immobilier de luxe, particulièrement intéressant pour valoriser les biens de prestige auprès d'acheteurs étrangers.

Une opportunité supplémentaire pour les biens qui méritent de franchir les frontières.

UNE NOUVELLE AUDIENCE, SANS NOUVELLE SAISIE

Pour les négociateurs, l'intérêt est aussi très pratique. Les annonces publiées sur immonot sont automatiquement transmises à idealista.fr dans le cadre du partenariat.

Pas de double saisie, pas de photos à télécharger une seconde fois, pas de descriptifs à recopier. Les études conservent leurs habitudes de travail tout en bénéficiant d'un canal de visibilité supplémentaire.



UN NOUVEL ARGUMENT POUR DÉCROCHER DES MANDATS

Face à un vendeur, la question revient toujours : comment allez-vous commercialiser mon bien ?

Aujourd'hui, une estimation pertinente ne suffit plus. Le vendeur veut aussi connaître les moyens mis en œuvre pour trouver son acquéreur.

La visibilité offerte par immonot, ses solutions de multidiffusion vers les grands portails immobiliers français et désormais son partenariat avec idealista constituent autant d'arguments pour valoriser le savoir-faire immobilier des études notariales.

Une force de diffusion à mettre en avant dès le rendez-vous de prise de mandat !

12 MOIS DE DIFFUSION OFFERTS : POURQUOI S'EN PRIVER ?

Vous êtes déjà client immonot ?

Bonne nouvelle ! Vos annonces peuvent bénéficier de cette nouvelle visibilité sur idealista.fr, sans ressaisie et **avec 12 mois de diffusion offerts.**

Vous n'êtes pas encore client immonot ? Et si c'était le moment de nous rejoindre ? Cette offre est également ouverte aux études qui deviennent clientes d'immonot.

Elles peuvent ainsi profiter du portail immobilier des notaires, de ses solutions de multidiffusion et de cette nouvelle présence sur idealista.fr.

Une seule saisie, plusieurs vitrines et davantage d'occasions de rencontrer le bon acquéreur !

idealista immo not

LES CHIFFRES CLÉS

+ 200 millions
Visites mensuelles idealista en Europe

25 000
Annonces notariales sur idealista.fr

1 500
Études notariales concernées

12 mois
diffusion offerte selon conditions

PLUS D'INFOS

solutions.notariat-services.com

ou par tél au **05 55 73 80 22**

Offre soumise aux conditions du partenariat

NS VOICE

Déjà 50 études notariales conquises par le standard téléphonique IA

Un acquéreur qui appelle pour visiter un bien, un vendeur qui souhaite confier un mandat, un client qui cherche à joindre son notaire… Et personne pour décrocher. Pour éviter que ces appels ne restent sans réponse, Notariat Services a lancé NS Voice, un standard téléphonique intelligent spécialement conçu pour les études notariales. Quelques semaines après son lancement, plus de 50 études l'ont déjà adopté, dont 20 lors du Congrès des notaires de Lille. Un démarrage prometteur qui confirme les attentes de la profession.

UN DÉMARRAGE PROMETTEUR

Vingt bons de commande signés en trois jours ! Présenté en avant-première lors du 122e Congrès des notaires de France à Lille, NS Voice a immédiatement suscité l'intérêt des notaires.
Quelques semaines après son lancement, plus de 50 études notariales ont déjà adopté ce nouvel assistant téléphonique développé par Notariat Services.
Entre les rendez-vous, les actes à préparer, les visites immobilières et les urgences, il n'est pas toujours possible de répondre à tous les appels.
Avec NS Voice, lorsque les collaborateurs sont indisponibles, l'intelligence artificielle prend le relais : elle accueille l'appelant, identifie sa demande, recueille les informations utiles et les transmet à l'équipe.

EN NÉGOCIATION IMMOBILIÈRE, CHAQUE APPEL COMPTE !

Un acquéreur repère une maison sur immonot et téléphone pour organiser une visite. Mais le négociateur est déjà sur le terrain.
Quelques heures plus tard, cet acquéreur aura peut-être contacté une autre agence.

« Un vrai gain en confort et en efficacité pour l'équipe : moins de pression sur le standard, des appels mieux qualifiés et une information immédiatement exploitable. »

Me Clément Lassalle, notaire et l'un des premiers utilisateurs de NS Voice.

Dans un marché immobilier où chaque contact est précieux, un appel manqué peut représenter une opportunité perdue.

C'est précisément là que NS Voice prend tout son sens.
L'assistant peut recueillir les coordonnées de l'acquéreur, identifier le bien qui l'intéresse, préciser sa demande et transmettre un message structuré au négociateur.
Même chose pour un propriétaire qui souhaite vendre son bien, demander une estimation ou prendre rendez-vous.
Le négociateur dispose ainsi de demandes qualifiées et peut rappeler ses prospects en connaissant déjà leurs attentes.
Moins de temps perdu, davantage de réactivité et plus d'opportunités commerciales à saisir.

UNE IA QUI DÉCROCHE, MAIS QUI NE REMPLACE PAS L'HUMAIN

Disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, NS Voice peut intervenir lorsque l'étude est fermée, mais aussi pendant les heures d'ouverture, lorsque les lignes sont occupées ou que les collaborateurs sont en rendez-vous.
Son rôle n'est pas de remplacer les équipes, mais de leur permettre de se concentrer sur les missions qui nécessitent leur expertise. Pour développer cette solution, Notariat Services s'est

associé à Volubile, entreprise française spécialisée dans l'intelligence artificielle vocale.
La technologie conversationnelle de Volubile a été adaptée aux spécificités des études notariales grâce à l'expérience de Notariat Services, partenaire de la profession depuis près de soixante ans. L'assistant respecte un cadre précis : il accueille, identifie les besoins et transmet les demandes, sans délivrer de conseil juridique. Les données sont hébergées en France.

ET SI VOUS TESTIEZ NS VOICE ?
La meilleure façon de découvrir un standard téléphonique intelligent, c'est encore de lui passer un coup de fil !
Appelez le 05 54 65 64 00
Au bout du fil, c'est NS Voice qui vous répond. À vous de juger !

> **Avec NS Voice, notre ambition n'est pas de remplacer l'humain, mais de lui redonner du temps. L'intelligence artificielle accueille et qualifie les demandes ; le notaire ou le négociateur restent pleinement au cœur de la relation avec ses clients.**
>
> *François-Xavier DUNY*
> *Président du Groupe Notariat Services*

NS VOICE EN CHIFFRES

+ de 50 études notariales
déjà équipées

20 commandes
en 3 jours lors du congrès des notaires à Lille

24h/24 7j/7
Accueil téléphonique même en dehors des heures d'ouverture

1 solution dédiée au notariat
Adaptée aux exigences et aux besoins de la profession



Et si votre prochain mandat se trouvait à la boulangerie ?

Et si le papier avait encore quelques surprises à réserver aux professionnels de l'immobilier ? Une enquête menée en 2026 auprès de 1 141 lecteurs des magazines des Notaires, publications immobilières gratuites éditées par Notariat Services, révèle un réel attachement à ces supports de proximité. Mieux : ils incitent à consulter des annonces sur le site immobilier immonot et à pousser la porte des études notariales.
De la boulangerie aux commerces de quartier, en passant par les études notariales, ces magazines pourraient bien réserver quelques surprises aux négociateurs !

À LA BOULANGERIE, CHEZ SON NOTAIRE… LE MAGAZINE FAIT SON CHEMIN

Un passage à la boulangerie, quelques courses chez un commerçant, une visite chez son notaire… et voilà un exemplaire du magazine des Notaires glissé dans un sac. Rien de spectaculaire, à première vue. Et pourtant, c'est peut-être là que commence une future transaction.
Premier enseignement de l'enquête : **79 % des lecteurs récupèrent leur magazine dans un commerce de proximité,** contre **16 % dans une étude notariale.**
Une diffusion locale qui touche bien au-delà des particuliers en recherche active d'un bien. Certains feuillettent le magazine par curiosité, d'autres pour suivre les prix ou découvrir les maisons à vendre près de chez eux. Parmi eux se trouvent peut-être les vendeurs et acquéreurs de demain.
Et le magazine s'inscrit dans les habitudes : **72 % des répondants le connaissent depuis plus d'un an,** et **près de 3 sur 4 le lisent régulièrement ou à chaque parution. Quant à la satisfaction, elle atteint 4,51 sur 5.** Pas mal pour un support que certains imaginent déjà dépassé !



BIEN PLUS QUE DES MAISONS À VENDRE

On pourrait penser que les lecteurs ouvrent ces magazines uniquement pour regarder les annonces immobilières. L'enquête raconte une autre histoire.
67 % des répondants s'intéressent au droit de la famille et à la transmission, devant le patrimoine, les placements et la fiscalité (56 %). Les annonces immobilières arrivent ensuite, avec 53 % des réponses.
Autrement dit, les lecteurs ne viennent pas seulement chercher une maison. Ils viennent aussi chercher des réponses. Et **75 % jugent les contenus très accessibles et pédagogiques.**
C'est toute la différence avec un simple catalogue d'annonces. En associant immobilier, informations juridiques et conseils pratiques, le magazine des Notaires cultive une relation particulière avec ses lecteurs.
Pour les études notariales, c'est une manière de rester présentes dans le quotidien des particuliers, même sans projet immobilier immédiat.
Pour les négociateurs, c'est aussi un argument auprès des vendeurs. Faire paraître son bien dans le magazine des Notaires, c'est bénéficier d'une visibilité locale et d'un environnement

éditorial qui valorise l'annonce et le professionnalisme de l'étude.

DU PAPIER À IMMONOT : LE PARCOURS SE PROLONGE

40 % des lecteurs déclarent avoir consulté une annonce immobilière sur immonot.com après avoir lu leur magazine.

Et **20 % des répondants indiquent qu'ils ne connaissaient pas le portail auparavant.**

Qui a dit que le papier et le digital ne faisaient pas bon ménage ?

Une maison repérée dans le magazine, un coup d'œil aux photos sur immonot, quelques annonces supplémentaires consultées… Et voilà le lecteur devenu internaute, parfois futur vendeur.

Le magazine ne remplace pas les portails immobiliers. Il leur ouvre une porte supplémentaire.

Pour les négociateurs, cette complémentarité multiplie les occasions de faire découvrir leurs biens. Le papier interpelle, le digital approfondit la recherche et l'étude notariale prend le relais lorsque le projet se précise.

Le parcours immobilier peut très bien commencer sur papier et se poursuivre sur écran.

37 % DES LECTEURS INCITÉS À CONTACTER UN NOTAIRE

C'est peut-être le résultat le plus intéressant de l'enquête : **37 % des lecteurs déclarent que le magazine les a déjà incités à contacter une étude notariale pour un conseil ou un projet.**

Et **30 % supplémentaires répondent : *« Pas encore, mais j'y pense. »***

Cela ne signifie évidemment pas que tous ont signé un mandat ou réalisé une transaction. Mais le magazine fait davantage que présenter des biens : il encourage aussi la prise de contact avec un notaire. Et dans l'immobilier, être présent dans l'esprit d'un futur vendeur n'a rien d'anodin. Car avant de confier la vente de sa maison à un professionnel, encore faut-il penser à lui !

En retrouvant régulièrement les annonces et les conseils des notaires, les particuliers découvrent ou redécouvrent leur savoir-faire immobilier.

La visibilité d'aujourd'hui peut préparer les mandats de demain.

NON, LE PAPIER N'A PAS DIT SON DERNIER MOT !

À l'heure des réseaux sociaux, des portails immobiliers et de l'intelligence artificielle, on aurait vite fait de ranger le magazine papier au rayon des souvenirs. Ce serait aller un peu vite. L'enquête montre qu'il continue de trouver son public, de susciter l'intérêt et de créer des passerelles vers le digital et les études notariales.

Pour les négociateurs, inutile d'opposer papier et digital. L'un attire l'attention dans les commerces de proximité et les études notariales, l'autre prolonge la recherche. Ensemble, ils multiplient les occasions de faire connaître les biens et les études.

L'ENQUÊTE EN 6 CHIFFRES

1. **1141** lecteurs interrogés en 2026
2. **79 %** se procurent leur magazine dans un commerce de proximité.
3. **72 %** le connaissent depuis plus d'un an
4. **4,51/5** c'est la note moyenne de satisfaction
5. **40 %** ont consulté une annonce sur immonot.com après lecture
6. **37 %** ont déjà été incités à contacter une étude notariale

Source : enquête lecteurs 2026 réalisée par Notariat Services auprès des lecteurs de ses Magazines des Notaires. Résultats déclaratifs. Note moyenne de satisfaction calculée sur 1 128 avis.

Et si votre prochain mandat commençait tout simplement au détour d'une course, chez un commerçant ou lors d'un passage chez le notaire ?

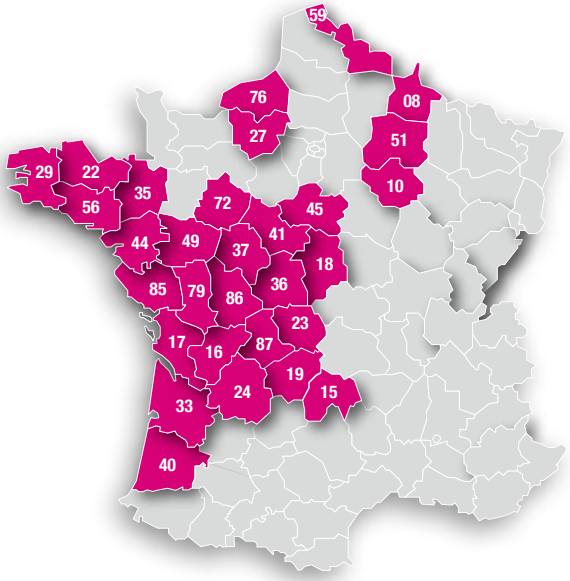
2026 3 anniversaires qui en disent long…

➤ 100 numéros pour Notaires du Limousin
En janvier 2026, Notaires du Limousin a célébré sa 100e édition.

➤ 30 ans pour Notaires 35
Lancé en 1996, le magazine des notaires d'Ille-et-Vilaine a célébré ses 30 ans en juillet 2026.

➤ 200 numéros pour l'Immobilier des Notaires du Cantal
En septembre 2026, le magazine a franchi le cap de sa 200e édition.

LE MAGAZINE DES NOTAIRES 14 ÉDITIONS, 30 DÉPARTEMENTS



Un réseau de proximité développé par Notariat Services pour donner de la visibilité à l'immobilier des notaires dans 30 départements français.

Vente interactive

Une maison estimée 140 000 € vendue 180 000 €… et si on laissait parler le marché ?

Une maison vendue près de 29 % au-dessus de son estimation, des acquéreurs motivés et des successions plus faciles à débloquer… À Troyes, Florence Barbou, négociatrice immobilière depuis 40 ans, ne tarit pas d'éloges sur la vente interactive.
Avec 36 HEURES iMMO, elle a trouvé une autre façon de vendre. Et aimerait bien convertir quelques confrères !



TOUT A COMMENCÉ AVEC UNE CLIENTE BRITANNIQUE…

Nous sommes en 2005. Une cliente britannique pousse la porte de l'étude notariale Jonquet, à Troyes. Elle souhaite vendre son appartement, mais à une condition : passer par une vente aux enchères. Une évidence outre-Manche, beaucoup moins pour les professionnels français de l'époque !

Florence Barbou se renseigne et se laisse convaincre. Aujourd'hui, elle utilise **36 HEURES iMMO, la plateforme de vente interactive développée par Notariat Services. Le principe ?** Plusieurs acquéreurs formulent leurs offres en ligne pendant une durée limitée, en toute transparence. La vente est orchestrée par le notaire. Et le vendeur conserve le dernier mot ! *« Dans un monde idéal, je trouve qu'on devrait vendre tous les biens en ventes aux enchères interactives pour beaucoup de raisons. »* Vingt ans plus tard, son enthousiasme n'a pas faibli.

140 000 € ESTIMÉS… 180 000 € À L'ARRIVÉE !

L'exemple qui parle ? Une maison de succession à Sainte-Savine, près de Troyes. Estimée à 140 000 €, elle est proposée en vente interactive.

Résultat : 180 000 €, soit près de 29 % de plus que l'estimation initiale ! *« En réalité, elle est partie à 180 000 €. Je n'avais pas estimé ce prix-là parce que pour moi, elle ne le valait pas. »*

Moralité ? Lorsque plusieurs acquéreurs convoitent le même bien, le marché peut réserver de belles surprises.

« CE SONT VRAIMENT DE VRAIS ACHETEURS ! »

Mais l'intérêt n'est pas seulement financier. *« Les gens qui visitent des biens en ventes interactives sont vraiment de vrais acheteurs. »* Pour un négociateur, cela change tout : moins de visites de curiosité, des candidats engagés et des échanges plus efficaces.

La méthode est également précieuse dans les successions conflictuelles, lorsque les héritiers ne s'accordent pas sur la valeur du bien. Même intérêt pour les ventes confiées par l'AGRASC, où la transparence est essentielle. *« Cela crée une dynamique autour du bien. Ça détermine le juste prix. Ça accélère la vente. C'est un excellent outil de commercialisation. »*

ET SI LE VENDEUR N'EST PAS D'ACCORD ?

Florence Barbou rassure : *« Les clients vendeurs, au début, sont un peu réticents. Mais à la finalité, c'est eux qui décident si oui ou non ils vont le vendre. »*

La vente interactive met les acquéreurs en concurrence, sans retirer au vendeur son pouvoir de décision.

SON CONSEIL AUX NÉGOCIATEURS ? « ESSAYEZ ! »

Florence Barbou réalise deux à trois ventes interactives par an. Pas assez à son goût ! Elle aimerait voir davantage de confrères franchir le pas. Elle apprécie aussi l'accompagnement de 36 HEURES iMMO : *« J'ai un super accompagnement par le service client. »*

Après 40 ans de négociation immobilière, difficile de faire plus convaincu !



immo not
pro premium



Jusqu'à... 20 % DE TEMPS GAGNÉ

139€ ht/mois

iA

ASSISTANT IA INTÉGRÉ
Générez vos contenus et descriptifs en quelques secondes

PRICEHUBBLE
Estimations immobilières précises grâce à l'IA

DICTIMMO
Création automatique du bien par reconnaissance vocale

GÉORISQUES
Intégration automatique de l'état des risques et de la pollution pour chaque bien.

HOME STAGING VIRTUEL
Simulations de rénovation et d'aménagement

SIGNATURE ÉLECTRONIQUE INTÉGRÉE
Accélérez vos compromis.

Immonot Pro Premium

Le logiciel immobilier des négociateurs

Enrichi de fonctionnalités IA

RETROUVEZ TOUTES LES INFOS

immonot

Une diffusion. Cinq leaders

UN SEUL PILOTAGE

4,8/5
Avis clients vérifiés
immodvisor

leboncoin

bien'ici



FIGARO immobilier

SeLoger

idealista

Exclusif CLIENTS IMMONOT

12 mois de publication offerts sur idealista jusqu'au 31/12/2027

LA VISIBILITÉ des leaders

L'EXIGENCE d'immonot