

# LE GROUPE ADSN SE TRANSFORME

L'ADSN a changé de peau le 1<sup>er</sup> juin. Elle a repensé son organisation pour répondre encore plus finement aux attentes des offices et s'adapter, tout en l'impulsant, à la modernisation de la profession notariale. Didier Coiffard, président du conseil de surveillance, et Didier Rossignol, président du Groupe ADSN, détaillent les raisons de cette mue.

Propos recueillis par Philippe Haumont



Didier Coiffard et Didier Rossignol, sur le stand du Groupe ADSN lors du congrès des notaires.

## **NVP: L'ADSN fait sa révolution.**

### **Dans quel contexte et pourquoi ?**

**Didier Coiffard:** La croissance forte de l'ADSN, due à la multiplication des chantiers numériques confiés par la profession, a eu pour effet d'accroître ses besoins. Nous devons donc adapter l'ADSN aux défis de demain. Nouvelle gouvernance, professionnalisation du management, accroissement de l'effectif, enjeux financiers et de ressources humaines, à présent nos défis sont de type industriel. Le conseil de surveillance, que je préside,

composé de notaires très sensibilisés au numérique, veillera à ce que la commande «politique» du CSN soit suivie et respectée. Deux conventions, l'une d'objectifs, l'autre de services, formalisent cette exigence. Didier Rossignol, qui préside le directoire, apporte sa vision de manager. Il est entouré de deux vice-présidents, Didier Froger et Olivier Coustou, tous deux notaires, pour la vision métier qui est essentielle. Sans la vision métier, un projet informatique peu vite se trouver en décalage avec les besoins de la profession.

La nouvelle gouvernance a pour objectif que ces deux entités soient toujours en phase. Le CSN a besoin de l'ADSN et inversement.

### **NVP: Comment interpréter la disparition des quatre pôles et des filiales qui structuraient le Groupe ?**

**Didier Rossignol:** Après la réforme de la gouvernance, la structure du Groupe ADSN ne pouvait pas rester en l'état. Les métiers n'étaient plus adaptés et la croissance appelait la création de nouvelles

fonctions, achat ou urbanisme technique par exemple. L'ADSN, premier élément du nouveau groupe, abrite donc sous le même toit les activités régaliennes et les fonctions support comme les ressources humaines, la finance ou la communication. La filiale ADNOV regroupe les activités concurrentielles, des produits ou services que d'autres acteurs économiques peuvent aussi proposer à la profession. Les pôles ont disparu car nous devons repenser notre organisation en fonction de ce que nous sommes et des objectifs fixés. Séparer les activités dites régaliennes et les activités concurrentielles nous a également conduits à séparer ce qui était hybride. Nous avons par exemple les mêmes canaux commerciaux pour proposer deux types de services différents. Nous avons donc créé, d'un côté, une force de déploiement pour le régalien et, de l'autre, une force de vente pour le concurrentiel.

**NVP: Doit-on s'attendre à des changements, sur les tarifs ou dans la relation des notaires avec la nouvelle structure?**

**D. R. :** Nous faisons en sorte que les notaires ne soient pas impactés par notre transformation et qu'ils bénéficient des solutions et des services au même niveau de qualité. Le seul impact sera le fléchage de leur consommation qui distingue produits régaliens et concurrentiels, avec deux

guichets bien identifiés. On gagne en lisibilité. Il y avait auparavant six structures juridiques, il n'en reste que deux. Le portefeuille de produits est conservé, tant dans le régalien que dans le concurrentiel. Les équations économiques des différents produits n'étant pas impactées par la réorganisation, il n'y aura pas de conséquences sur les tarifs.

**D. C. :** Sur les extrémités du réseau, avant que nous soyons confrontés au droit de la concurrence, il y avait un système de péréquation tarifaire qui mettait à contribution les offices les plus importants en soutien des offices de moindre taille. Ce n'est

plus possible aujourd'hui, l'ADSN ne peut plus facturer à perte sans se retrouver en abus de position dominante. Le CSN viendra toutefois en appui des offices les plus fragiles à l'aide de subventions, quel que soit l'opérateur, ADSN ou autre, au nom du principe de neutralité.

**NVP: Les solutions développées viseront-elles aussi des cibles extérieures à la profession notariale?**

**D. R. :** Nous l'avons expérimenté avec Min. not en valorisant des produits développés

pour les notaires. Ces marchés nous ont permis de développer de l'activité et du chiffre d'affaires, réinvesti ensuite pour développer de nouveaux produits au service des notaires. La mission prioritaire de la structure concurrentielle est d'élargir le portefeuille d'offres à destination des

notaires. La deuxième est d'aller chercher des relais de croissance pour financer ces nouveaux produits.

**D. C. :** Notre mission reste principalement centrée sur les notaires. Mais il peut exister des services d'ingénierie à plus-value intéressant d'autres opérateurs, comme les banques ou les assurances qui

ont besoin d'indices fiables pour mesurer la revalorisation de leur patrimoine. En mettant ces outils à leur disposition, nous jouons aussi notre rôle d'officiers publics spécialistes de l'immobilier.

**D. R. :** Dans la diversification de nos produits, nous veillons surtout à ne pas générer d'irritants pour la profession. Pas question de vendre les mêmes données aux notaires et aux agents immobiliers, ce qui porterait préjudice aux notaires. Mais transmettre des données macro pour réévaluer des patrimoines ne nuit pas à

*Nous faisons en sorte que les notaires ne soient pas impactés par notre transformation et qu'ils bénéficient des solutions et des services au même niveau de qualité*

## LA TRANSFORMATION EN BREF

Sous la marque ombrelle «Groupe ADSN», deux nouvelles entités voient le jour. La première, qui conserve le nom d'ADSN, se destine à la mise au point et à la diffusion des produits régaliens liés à la mission d'officier public du notaire. La seconde structure, ADNOV – une marque qui allie ADSN et «novateur» – se consacre à l'activité concurrentielle. Elle vise à soutenir la modernisation des offices et améliorer leur performance, notamment en direction du client. Le pôle R & D demeure et voit son caractère stratégique renforcé. Chacune des deux entités, ADSN et ADNOV, commercialisera ses propres produits, diffusera une information spécifique et disposera de son propre service client, ainsi que d'un service d'assistance technique.

À nouvelle organisation, nouvelle gouvernance. Celle-ci est bicéphale. Le conseil de surveillance, conduit par Didier Coiffard, président honoraire du CSN, garantit que les décisions prises au sein du Groupe ADSN sont conformes aux orientations stratégiques définies par la profession au travers du CSN. Le directoire, présidé par Didier Rossignol, est chargé de la déclinaison opérationnelle de ces orientations. Enfin, effet de taille oblige avec désormais quelque 400 collaborateurs, le siège social de Venelles s'agrandit et passe de deux à quatre bâtiments.

- la profession et ouvre un marché dont les gains sont réinvestis à son profit.

**NVP : Des partenariats externes sont-ils envisagés ?**

**D. R. :** C'est en effet sur ma feuille de route. On ne peut pas réinventer la roue en permanence. Sur la partie régaliennne, nécessairement autonome stratégiquement et technologiquement, la connaissance restera strictement internalisée. Pour le concurrentiel et sur certains produits, si des savoirs sont disponibles dans des start-ups ou si nous pouvons monter des partenariats, rien ne s'y oppose. Mais nos standards sont élevés et notre approche sur la sécurité est maximaliste : zéro risque. Tout le monde n'a pas vocation à travailler avec nous.

**D. C. :** Si une solution pérenne, efficace, existe sur le marché, comme le dit Didier Rossignol, on ne va pas réinventer la roue. Mais nous devons acclimater ces solutions au monde notarial. Certaines plateformes ont un modèle économique qui repose sur l'exploitation des données. Or ces données pour notre profession sont une composante du secret professionnel que nous devons à nos clients. Je ne pense pas que nos clients apprécieraient, après s'être connectés sur une plateforme pour évoquer un problème de succession, de recevoir dans les minutes qui suivent une publicité des pompes funèbres.

**NVP : Comment est vécu de l'intérieur ce grand changement ?**

**D. R. :** Une telle révolution peut être perçue comme anxiogène par les équipes, sans



La nouvelle identité visuelle des trois marques de l'ADSN.

l'accompagnement nécessaire. Nous avons pris le soin d'entamer un large dialogue social en y associant les représentants du personnel. Tous sont régulièrement informés des avancées de la transformation. Cela se passe plutôt bien, les équipes adhèrent. Si, pour nos clients, nous devons éviter tous désagréments, en interne, il nous faut aussi entraîner l'adhésion.

**D. C. :** Nous faisons face à de nombreux chantiers qu'il faut mener de front : la

gouvernance, la restructuration juridique, la séparation des systèmes d'information, le chantier physique avec l'agrandissement des locaux, et la conduite du dialogue social qui a permis à chacun de choisir entre le régalien et le concurrentiel.

Mais c'est aussi un chantier culturel, car les personnes qui travailleront dans le concurrentiel auront nécessairement une approche un peu différente. |

*Si, pour nos clients, nous devons éviter tous désagréments, en interne, il nous faut aussi entraîner l'adhésion*

## LA RÉPARTITION DES PRODUITS ET SERVICES

ADSN et ADNOV ont chacun leur parcours client, l'un pour le régalien, l'autre pour le concurrentiel.

- Pour ADSN, les clés Real, les messageries de l'office, les outils liés à la mission d'officier public du notaire (Portail de recueil des consentements, Télé@ctes, état civil, casier judiciaire, FCDDV, Pacsen, bases de références immobilières) ou à la simplification de son quotidien (prise de rendez-vous, AAE et AAED, Micen, Safer).
- ADNOV regroupe les services liés au réseau de la profession (gamme ReallIT), à la relation client (supports de communication papier ou digitaux et guides métiers), à la sécurisation informatique et à la protection des données (Cil.not, délégué, formation, sensibilisation) et à l'accompagnement du client dans le dossier immobilier ou au développement d'un service de négociation immobilière (évaluation, aide à la vente, services d'accompagnement, Notexpert, formation à l'expertise et à la négociation...).