

LEADS MACHINE

Prospection immobilière conforme 2026

LOI TÉLÉPROSPECTION 2026

Le guide complet pour les agents immobiliers
qui veulent rester conformes après le 11 août

Guide pratique

Extraits de loi · checklists · cas concrets
alternatives 100% légales · FAQ

CONFIDENTIEL

© Leads Machine SAS, 2026

www.leads-machine.com | contact@leads-machine.com

Sommaire

| | | |
|----|--|-------|
| 01 | L'essentiel à connaître en 60 secondes | p. 3 |
| 02 | Que dit exactement la loi 2025-594 ? | p. 4 |
| 03 | Le calendrier officiel et les sanctions | p. 5 |
| 04 | Qui est concerné (et qui ne l'est pas) | p. 6 |
| 05 | Les 6 erreurs qui coûteront cher aux agents immo | p. 7 |
| 06 | La checklist de mise en conformité | p. 8 |
| 07 | Les 4 alternatives 100% légales au cold calling | p. 9 |
| 08 | Cas concret : comment Sophie a anticipé | p. 10 |
| 09 | FAQ : Vos 12 questions les plus fréquentes | p. 11 |
| 10 | Et après ? Vos prochaines étapes | p. 12 |

LISEZ-MOI EN PREMIER

Ce guide est volontairement court et actionnable. Pas de blabla : que des informations utiles pour transformer une contrainte légale en avantage concurrentiel. Lisez-le en 30 minutes, agissez dans les 7 jours.

CHAPITRE 1**L'essentiel à connaître en 60 secondes**

Si vous êtes pris par le temps et que vous voulez juste savoir l'impact concret sur votre activité, voici les 5 points qui comptent vraiment. Le reste du guide approfondit chacun de ces points avec des exemples, des chiffres et des actions concrètes.

1. La date couperet : 11 août 2026

À partir de cette date, le démarchage téléphonique à froid devient interdit par défaut en France. Bloctel disparaît. La règle s'inverse complètement : il faut désormais le consentement préalable du prospect AVANT de l'appeler, pas l'inverse. C'est ce qu'on appelle un modèle « opt-in ».

2. Vous devez prouver le consentement

La charge de la preuve incombe à l'agence. Si un prospect porte plainte, vous devez pouvoir produire un horodatage du consentement, son canal d'origine, son contenu exact, et sa portée thématique. Traçabilité obligatoire. Un simple « j'avais son accord oral » ne suffit plus.

3. Les amendes peuvent atteindre 375 000 €

Pour une entreprise. En cas d'abus caractérisé (récidive, usurpation d'identité, escroquerie associée), les sanctions montent jusqu'à 500 000 € et 5 ans de prison. La DGCCRF a déjà annoncé un renforcement des contrôles dès le 1er janvier 2027.

4. La pige immobilière classique va mourir

Appeler un propriétaire qui a publié sur PAP ou Leboncoin sans son consentement explicite ? Illégal. Tout votre processus de prospection vendeur traditionnel est à repenser. C'est le changement le plus brutal pour le secteur immobilier.

5. Il existe déjà des alternatives 100% légales

Inbound marketing, opt-in en double confirmation, scoring IA des leads consentants, retargeting ciblé, recommandations tracées. Les agences qui s'adaptent maintenant prendront 12 mois d'avance sur leurs concurrents. Le chapitre 7 détaille ces 4 alternatives.

ATTENTION

Si vous n'avez pas commencé à vous adapter, vous avez moins de 4 mois pour le faire. Après le 11 août, chaque appel à froid devient une ligne potentielle dans un dossier de la DGCCRF. Ce n'est pas une menace théorique : 200 inspecteurs supplémentaires sont déployés spécifiquement pour ce contrôle.

CHAPITRE 2

Que dit exactement la loi 2025-594 ?

La loi n° 2025-594 du 30 juin 2025 « visant à renforcer la protection des consommateurs face aux abus du démarchage téléphonique » transpose une directive européenne et durcit considérablement le cadre français. Voici les deux articles qui changent tout pour vous.

L'article 13 : l'inversion du modèle

ARTICLE 13, LOI n° 2025-594 du 30 juin 2025

Le démarchage téléphonique à des fins commerciales d'un consommateur ou d'un professionnel non sollicité est interdit, sauf si celui-ci a expressément donné son consentement préalable à être démarché sur une thématique commerciale précise.

Avant : le citoyen pouvait s'inscrire sur Bloctel pour ne PAS être démarché. Tout le reste était permis par défaut. Le démarcheur avait l'avantage : il pouvait appeler n'importe qui sauf les inscrits.

Après : par défaut personne ne peut être démarché. Il faut que le citoyen DEMANDE explicitement à être contacté sur un sujet donné. C'est ce qu'on appelle un opt-in. La charge passe au démarcheur : à lui de générer du consentement avant d'appeler.

L'article 14 : la traçabilité

ARTICLE 14, LOI n° 2025-594 du 30 juin 2025

Le professionnel doit être en mesure d'apporter la preuve du consentement du consommateur ou du professionnel démarché, sa date, son canal de collecte et la portée thématique exacte de l'autorisation accordée.

En clair : si vous voulez appeler quelqu'un, vous devez avoir un fichier qui prouve que cette personne vous a donné son accord, sur quel sujet exactement, et à quelle date. Sans ce fichier, l'appel est illégal et vous êtes exposé.

COMMENT PROUVER LE CONSENTEMENT ?

Le format de la preuve n'est pas imposé par la loi mais doit être « fiable et incontestable ». En pratique : un formulaire web horodaté avec adresse IP, ou un email de confirmation envoyé après double opt-in, sont considérés comme valables. Un simple SMS échangé avec le prospect, par contre, ne suffira probablement pas en cas de litige.

CHAPITRE 3

Le calendrier officiel et les sanctions

Calendrier d'application

| DATE | ÉVÉNEMENT |
|----------------|---|
| 30 juin 2025 | Promulgation de la loi 2025-594 au Journal Officiel |
| 1er janv. 2026 | Phase de transition. Les opérateurs doivent se préparer |
| 1er mars 2026 | Décret d'application n° 2026-127 publié. Il précise les modalités |
| 11 août 2026 | ENTRÉE EN VIGUEUR. Démarchage à froid illégal |
| 1er janv. 2027 | Première campagne de contrôles renforcés DGCCRF |
| 1er juil. 2027 | Bilan public obligatoire des sanctions appliquées |

Barème des sanctions

ATTENTION

Personne physique : jusqu'à 75 000 €. Personne morale (entreprise) : jusqu'à 375 000 €. Récidive : amendes doublées + interdiction d'exercer jusqu'à 5 ans. La DGCCRF peut également publier le nom de l'entreprise sanctionnée, ce qui est un risque réputationnel majeur.

Cas particuliers aggravés

- Démarchage avec usurpation d'identité ou faux prétexte : jusqu'à 500 000 € + 5 ans de prison
- Vente conclue par téléphone sans consentement valable : nullité du contrat ET amende
- Démarchage de personnes vulnérables (sourds, âgés, etc.) : circonstances aggravantes systématiques
- Refus de coopérer avec la DGCCRF : amende administrative supplémentaire jusqu'à 15 000 €
- Démarchage par un sous-traitant offshore : la responsabilité reste sur le donneur d'ordre français

LES SANCTIONS, APPLIQUEES OU PAS ?

Les sanctions ne sont pas théoriques. La DGCCRF a annoncé que 200 inspecteurs supplémentaires seraient déployés en 2026-2027 spécifiquement pour le contrôle du démarchage. Le secteur immobilier est en haut de la liste des secteurs prioritaires, juste après les pompes funèbres et les rénovations énergétiques.

CHAPITRE 4**Qui est concerné (et qui ne l'est pas)****Vous êtes concerné si vous êtes :**

- Agent immobilier indépendant ou en agence
- Mandataire immobilier (Iad, Capifrance, Safti, Optimhome, MeilleursAgents, etc.)
- Négociateur immobilier salarié
- Dirigeant d'une agence immobilière ou d'un réseau
- Chasseur immobilier ou intermédiaire
- Marchand de biens qui prospecte des vendeurs
- Coach ou formateur en immobilier qui prospecte des prospects pour ses formations
- Constructeur de maisons individuelles qui démarché des particuliers

Vous n'êtes PAS concerné si :

- Le prospect est déjà votre client (relation contractuelle existante de moins de 2 ans)
- Le prospect vous a contacté en premier (ex. il a rempli un formulaire sur votre site)
- Vous appelez pour répondre à une demande explicite (ex. devis demandé)
- Le contact provient d'une recommandation directe (parrainage tracé)
- Vous appelez sur un numéro publié comme « contact commercial » sur le site web d'une entreprise (cas très limité au B2B)

Le piège à éviter : « B2B » ne veut PAS dire libre

Beaucoup d'agents pensent que parce qu'ils prospectent des propriétaires-bailleurs (donc des B2B), ils sont en dehors du champ de la loi. C'est faux. La loi 2025-594 s'applique aussi au B2B. La seule exception est limitée aux numéros explicitement publiés comme « contact commercial » sur un site web d'entreprise.

ATTENTION

Un propriétaire qui publie une annonce sur Leboncoin ou PAP n'est PAS considéré comme ayant donné son consentement à être démarché. Sa publication est une mise en vente, pas une autorisation de prospection. C'est une distinction juridique cruciale. Beaucoup d'agents vont l'apprendre à leurs dépens.

CHAPITRE 5**Les 6 erreurs qui coûteront cher aux agents immo****Erreur n°1 : Continuer la pige Leboncoin/PAP « comme avant »**

C'est l'erreur n°1 et celle qui exposera le plus d'agents après le 11 août. Réflexe ancestral : voir une nouvelle annonce, décrocher son tél, appeler. Après le 11 août, c'est exactement ce qui déclenchera une amende potentielle de 375 000 € si le propriétaire porte plainte. Et plus le marché est tendu, plus les vendeurs auront tendance à se plaindre du harcèlement.

Erreur n°2 : Acheter des bases de données « qualifiées »

Beaucoup d'agences vont se faire démarcher par des vendeurs de bases « avec opt-in généré ». La plupart de ces bases utilisent des consentements vagues (« j'accepte d'être contacté par les partenaires de X ») qui ne valent rien juridiquement. Si vous achetez et utilisez ces bases, vous êtes responsable, pas le vendeur.

Erreur n°3 : Détourner les règles via un « prétexte »

Appeler en prétendant « je passais juste pour une estimation gratuite » ou « je vous appelle de la part d'un ami commun ». La loi 2025-594 prévoit explicitement les sanctions aggravées pour usurpation ou faux prétexte. Vous risquez la prison, pas seulement une amende.

Erreur n°4 : Continuer SANS système de traçabilité

Même si vous avez des consentements valables, si vous ne pouvez PAS les prouver le jour où la DGCCRF vient vérifier, vous êtes en infraction. Tableau Excel, post-its, mémoire : insuffisant. Il faut un système horodaté et auditable, idéalement un CRM dédié.

Erreur n°5 : Penser que « la loi ne sera pas appliquée »

Le secteur immobilier est en haut de la liste prioritaire de la DGCCRF pour 2026-2027. La loi 2025-594 a été pensée spécifiquement pour les abus du démarchage immobilier (entre autres). Penser que vous passerez entre les mailles du filet est un pari risqué, surtout que les concurrents qui se conforment auront tout intérêt à vous dénoncer.

Erreur n°6 : Attendre le dernier moment pour s'adapter

Mettre en place un nouveau système de prospection conforme prend 4 à 8 semaines : rédaction de formulaires, config technique, formation des équipes, tests, premiers résultats. Si vous commencez le 1er août, vous serez en infraction dès le 11 août sans aucun pipeline alternatif. Il faut commencer maintenant.

CHAPITRE 6

La checklist de mise en conformité

Voici la checklist exacte des 12 actions à faire entre maintenant et le 11 août 2026 pour être 100% conforme. Imprimez-la, cochez au fur et à mesure. Le compte à rebours est lancé.

Phase 1 : Audit (semaines 1-2)

- Listez tous vos canaux actuels de prospection (cold call, mail, SMS, porte-à-porte, réseau)
- Identifiez ceux qui seront illégaux après le 11 août (pige PAP/LBC, achat de fichiers, etc.)
- Calculez le pourcentage de votre pipeline qui dépendra de canaux illégaux

Phase 2 : Construction du système conforme (semaines 3-6)

- Mettez en place un formulaire de double opt-in sur votre site web (RGPD + loi 2025-594)
- Choisissez un outil de traçabilité (CRM dédié type HubSpot, Pipedrive, ou solution custom)
- Rédigez vos nouveaux scripts d'appel pour les leads CONSENTANTS uniquement
- Mettez en place un lead magnet (guide gratuit, audit, calcul de prix) pour générer du consentement

Phase 3 : Formation & process (semaines 7-8)

- Formez vos agents au nouveau cadre légal (1 session de 2h minimum, attestation signée)
- Mettez à jour vos contrats / CGV pour mentionner la conformité loi 2025-594
- Définissez un process clair de gestion des plaintes (qui répond, dans quel délai, avec quel template)

Phase 4 : Audit final (semaine 8-9)

- Faites tester votre système par un avocat spécialisé consommation/RGPD (~1 500 € pour un cabinet immo standard)
- Documentez tout (politique de confidentialité, registre des consentements, procédures de retrait)

CONFORME

Si vous avez coché les 12 cases avant le 11 août, vous êtes prêt. Vous pouvez continuer à prospecter en toute légalité, et vos concurrents qui n'auront pas anticipé vous feront le cadeau de leurs prospects (qu'ils ne pourront plus contacter).

CHAPITRE 7

Les 4 alternatives 100% légales au cold calling

Bonne nouvelle : le démarchage à froid est interdit, mais il existe des alternatives qui marchent souvent MIEUX en termes de taux de conversion. Voici les 4 plus puissantes, celles que les meilleures agences ont déjà commencé à déployer.

Alternative 1 : Inbound marketing + lead magnet

Vous créez du contenu de valeur (article de blog, guide PDF, vidéo, calculateur de prix) qui attire les vendeurs ou acheteurs naturellement intéressés. En échange de leur email, ils reçoivent le contenu. C'est un consentement explicite, parfaitement conforme. Taux de conversion typique : 8-15% des visiteurs du blog laissent leur email.

Coût de mise en place : moyen (création de contenu, blog WordPress, formulaire). Délai pour les premiers résultats : 4-8 semaines. ROI sur 12 mois : très élevé.

Alternative 2 : Retargeting publicitaire

Vous lancez de la publicité Facebook ou Google Ads ciblée sur les particuliers qui ont récemment cherché « estimation immobilière [votre ville] » ou « vendre maison [secteur] ». Ils cliquent volontairement, vous récupérez leurs coordonnées via un formulaire. Le clic est consenti. C'est rapide à mettre en place (2 semaines) et très scalable.

Alternative 3 : Réseaux sociaux et inbound DM

Vous publiez du contenu utile sur LinkedIn, Instagram ou TikTok (visites virtuelles, conseils marché, transformations avant/après). Les prospects vous contactent en DM par eux-mêmes. C'est eux qui initient la conversation. C'est légal, gratuit, et c'est en pleine croissance dans l'immo. Les agents qui maîtrisent TikTok aujourd'hui auront 2-3 ans d'avance.

Alternative 4 : Recommandations / parrainage tracé

Vous récompensez vos clients existants (avec qui vous avez déjà une relation contractuelle) pour qu'ils vous mettent en relation avec leurs proches qui veulent vendre. Important : la mise en relation doit être tracée (email envoyé par le client, pas appel direct de votre part). La recommandation est tracée, le prospect est warm, et la loi est respectée.

NOTRE METHODE

Notre solution Leads Machine combine ces 4 approches dans un système automatisé : nous générons du consentement via lead magnets, nous trackons chaque interaction, et nous vous livrons uniquement des leads qui ont explicitement demandé à être contactés. 100% conforme à la loi 2025-594. Plus de 200 agents immobiliers nous font déjà confiance.

CHAPITRE 8**Cas concret : comment Sophie a anticipé**

Sophie B. est mandataire immobilière chez un grand réseau, basée à Annecy. En janvier 2026, elle voit passer un article sur la loi 2025-594. Elle réalise immédiatement que toute sa méthode actuelle (pige Leboncoin + appels) sera illégale en août. Voici son parcours.

Janvier à mars 2026 : adaptation

Sophie commence par mettre en place un blog sur « investir dans l'immo à Annecy » avec 1 article par semaine. Elle propose en bas de chaque article un guide gratuit « Quel est le prix juste de mon appartement à Annecy ? ». Le guide capture 2 emails par jour dès le 1er mois. Elle passe environ 4h par semaine sur le blog (rédaction + promotion).

Mars à mai 2026 : automatisation

Avec l'aide d'un outil d'automatisation, Sophie met en place une séquence email automatique de 6 mails envoyés après le download du guide. Elle réserve 30 min en visio chaque vendredi pour les leads les plus engagés. Résultat en mai, 8 RDV par semaine, 100% consentants. Aucun appel à froid.

Juin 2026 : montée en charge

Sophie augmente son budget pub Facebook (200 € / mois) pour ramener plus de trafic vers son blog. Elle ajoute un quiz « Êtes-vous prêt à vendre ? » qui qualifie les prospects. Résultat : 15 RDV / semaine. Le coût d'acquisition par RDV : environ 13 € (très inférieur au coût de la pige manuelle).

Août 2026 : la loi entre en vigueur

Le 11 août, ses concurrents sont sous le choc. Beaucoup arrêtent purement et simplement leur prospection ou continuent en infraction (et certains se feront sanctionner dès septembre). Sophie continue tranquillement avec ses 15 RDV / semaine de leads consentants. En septembre, elle signe le mandat n° 80 de l'année. En 2027, elle ouvre sa propre agence avec 2 collaborateurs.

CONFORME

L'histoire de Sophie est composite (basée sur plusieurs cas réels que nous avons accompagnés), mais chaque étape est réalisable. Le plus important : elle a commencé en janvier. En avril, c'est encore possible mais le compte à rebours est lancé. En juin, ce sera trop tard pour démarrer de zéro.

CHAPITRE 9

FAQ : Vos 12 questions les plus fréquentes**Q1. Est-ce que je peux encore appeler les propriétaires PAP/Leboncoin avant le 11 août 2026 ?**

Oui, jusqu'au 10 août 2026 23h59 vous êtes dans le cadre actuel (Bloctel reste valide). Après, c'est interdit sans consentement préalable.

Q2. Si je rappelle quelqu'un qui m'a contacté une fois il y a 3 ans, c'est légal ?

Probablement non. Le consentement doit être « récent » et « sur une thématique précise ». 3 ans c'est trop. Demandez de nouveau le consentement par mail ou formulaire.

Q3. Et le porte-à-porte, c'est concerné ?

Non, la loi 2025-594 vise spécifiquement le démarchage TÉLÉPHONIQUE et électronique. Le porte-à-porte reste légal mais a son propre cadre (loi Hamon de 2014).

Q4. Et l'envoi d'emails ?

L'email cold reste régulé par le RGPD (depuis 2018). Pour le B2B, vous pouvez envoyer un email à une adresse professionnelle générique (« contact@entreprise.fr ») sous certaines conditions. Pour le B2C, opt-in obligatoire.

Q5. Si un client me donne le numéro d'un ami qui vend, c'est OK ?

Non. Même via une recommandation, si la personne ne vous a pas explicitement autorisé à la contacter, c'est interdit. Demandez au client recommandeur d'introduire l'échange (transférer un email par exemple).

Q6. Combien coûte un avocat spécialisé pour un audit ?

Entre 800 et 2 500 € pour un audit complet d'un cabinet immobilier. Très rentable comparativement à 375 000 € d'amende potentielle.

Q7. Si je travaille en mandataire dans un grand réseau (Iad, Capi...), c'est mon réseau qui est responsable ?

Non. Vous êtes mandataire indépendant. Vous êtes personnellement responsable des appels que vous passez. Le réseau peut vous fournir le cadre, mais c'est vous qui signez.

Q8. Si je sous-traite la prospection à une agence offshore, c'est leur problème ?

Non. Vous êtes le donneur d'ordre, vous restez responsable. Et la pratique offshore est en plus très mal vue par la DGCCRF et constitue une circonstance aggravante.

Q9. Est-ce que les SMS sont concernés par la loi 2025-594 ?

Oui. La loi parle de « démarchage par voie de communication électronique » qui inclut explicitement SMS, MMS, appels VoIP, WhatsApp Business, et même Snapchat ou Telegram.

Q10. Bloctel disparaît vraiment ?

Oui, complètement. Le service sera fermé officiellement le 31 décembre 2026. L'inversion du modèle rend Bloctel obsolète.

Q11. Si je suis en infraction sans le savoir, je risque vraiment 375 000 € ?

L'ignorance de la loi n'est pas une excuse. Cela dit, en pratique, les premières infractions de bonne foi sont plutôt sanctionnées par des avertissements ou des amendes réduites (10 000 - 30 000 €). Les récidivistes prennent le maximum.

Q12. Comment je sais si mon consentement est « valable » juridiquement ?

Il doit être : libre, éclairé, spécifique, univoque, et prouvable. C'est-à-dire : pas de case pré-cochée, mention claire de l'usage, thème précis (pas « partenaires »), et trace horodatée.

CHAPITRE 10

Et après ? Vos prochaines étapes

Vous avez maintenant les bases. La question c'est : qu'est-ce que vous faites ce soir avant de vous coucher ? Voici les 11 actions concrètes pour transformer cette lecture en résultats.

Cette semaine (5 actions)

- Imprimez la checklist du chapitre 6 et collez-la à côté de votre bureau
- Bloquez 2h dans votre agenda pour faire l'audit Phase 1
- Identifiez quel pourcentage de vos mandats vient de canaux qui seront illégaux
- Notez 3 idées de lead magnet que vous pourriez créer pour votre zone
- Parlez-en à un confrère ou à votre directeur d'agence (vous n'êtes pas seul)

Ce mois-ci

- Mettez en place un formulaire de capture d'email simple sur votre site
- Écrivez votre 1er article de blog (ou demandez à un rédacteur de le faire)
- Achetez le livre « Inbound Marketing » de HubSpot (40 €, ça change tout)

Avant le 1er août

- Avoir votre système de génération de leads consentants OPÉRATIONNEL
- Avoir au moins 50 leads dans votre base avec consentement valable et tracé
- Avoir testé votre process avec au moins 3 RDV pris via canal légal

UN COUP DE MAIN ?

Si vous voulez gagner du temps, on peut faire ça pour vous. Notre solution Leads Machine met en place tout le système conforme en moins de 2 semaines : lead magnets sur mesure, automation IA, traçabilité complète, formation de votre équipe. Plus de 200 agents immobiliers nous font déjà confiance.

RÉSERVEZ UN AUDIT GRATUIT DE 30 MINUTES

Avec un de nos experts. On regarde votre situation, on identifie ce qui sera illégal, et on vous montre comment construire votre système conforme. Zéro engagement, zéro pression commerciale.

→ www.leads-machine.com/rdv

À propos de Leads Machine

Leads Machine est une société française spécialisée dans les systèmes d'automatisation par intelligence artificielle pour les professionnels de l'immobilier. Nous accompagnons aujourd'hui plus de 200 agents et agences en France pour les aider à construire un pipeline commercial conforme, scalable et durable.

Ce qu'on pense, c'est : le démarchage à froid est en train de mourir, et c'est une bonne chose. Les agents qui s'adaptent maintenant prendront 12 à 24 mois d'avance sur leurs concurrents. La loi 2025-594 n'est pas une menace, c'est une opportunité de différenciation.

Comment on fait : combiner inbound marketing, automation par IA, traçabilité stricte, et accompagnement humain. Vous gardez le contrôle de votre activité, on s'occupe du système. En 2 semaines vous êtes opérationnel.

Coordonnées

Site web : www.leads-machine.com

Email : contact@leads-machine.com

Adresse : 60 rue François 1er, 75008 Paris

Merci de votre lecture.

Et n'oubliez pas : le 11 août 2026, c'est dans moins de 4 mois.

*Ce document a été réalisé par Leads Machine SAS. Tous droits réservés 2026
Diffusion gratuite autorisée dans son format intégral, modification interdite*