postmetry

M

Ce que contient la newsletter

# Mademoiselle Bio

| | |
|---|---|
| Expéditeur | info@news.mademoiselle-bio.com |
| Routeur | Splio |
| Secteur | Beauté |
| Envois lus | 1 campagne, 1 transactionnel |
| Période | Octobre 2026 |

Notre adresse a été inscrite en octobre 2026, après la publication de la recommandation de la CNIL (14 avril 2026).

Note d'ensemble

A B C D E **F** 43/100

Le constat principal

## Un pixel de suivi d'ouverture est présent sur 1 message transactionnel.

C'est le premier des 11 points à corriger. La note la plus haute est technique (71/100), la plus basse conformité (23/100), mieux que 9 % des 566 marques mesurées.

**Transactionnel**
1 message

Octobre 2026 · calculé le 24 octobre

### Conformité

**23** /100

mieux que 9 % des 566 marques mesurées

### Délivrabilité

**50** /100

mieux que 1 % des 565 marques mesurées

### Technique

**71** /100

mieux que 27 % des 566 marques mesurées

### Expérience

**48** /100

mieux que 20 % des 566 marques mesurées

## 11 points à corriger

Chaque ligne mène au critère dans sa famille, avec l'extrait qui l'établit et la façon de corriger.

| | | |
|---|---|---|
| Prioritaire | **Un pixel de suivi d'ouverture est présent**<br>Critère « Aucun pixel de suivi d'ouverture » · Conformité · sur 1 message transactionnel<br>`<img src="https://t.news.mademoiselle-bio.com/collector/***/mademoisellebio/***…`<br>Splio : le suivi d'ouverture se règle par campagne dans les options d'envoi, et… | −35 pts<br>sur 35 en Conformité |
| Prioritaire | **Le HTML dépasse le seuil de troncature de Gmail**<br>Critère « HTML sous le seuil de troncature de Gmail » · Technique · sur 1 message transactionnel<br>Le poids se réduit en sortant les CSS inutilisées, en supprimant les blocs cachés en double (version mobile et version desktop du même contenu), en retirant les commentaires et le code conditionnel Outlook devenu inutile, et en n'incorporant aucune image en base64. | −25 pts<br>sur 25 en Technique |
| Prioritaire | **L'alignement DMARC n'a pas été validé**<br>Critère « Alignement DMARC validé » · Délivrabilité · sur 1 message transactionnel<br>Le domaine qui signe (DKIM d=) ou celui de l'enveloppe (SPF, Return-Path) doit être le domaine de l'adresse From ou un de ses sous-domaines. | −20 pts<br>sur 20 en Délivrabilité |
| Prioritaire | **Le destinataire n'a pas la main sur le suivi**<br>Critère « Le destinataire garde la main sur le suivi » · Conformité · mesuré sur 1 message transactionnel | −20 pts<br>sur 20 en Conformité |
| À examiner | **Aucun chemin non tracé ne mène au site**<br>Critère « Un chemin non tracé mène au site » · Conformité · sur 1 message transactionnel | −15 pts<br>sur 15 en Conformité |
| À examiner | **Des liens deviennent invisibles si les images sont bloquées**<br>Critère « Tous les liens restent visibles images bloquées » · Expérience · sur 1 message transactionnel | −15 pts<br>sur 15 en Expérience |
| À examiner | **La politique DMARC publiée n'écarte aucune usurpation**<br>Critère « Politique DMARC qui contribue à écarter certaines usurpations » · Délivrabilité · sur 1 message transactionnel | −15 pts<br>sur 15 en Délivrabilité |
| À examiner | **Aucune version texte seul n'accompagne le message**<br>Critère « Le message reste restituable hors du HTML » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel | −15 pts<br>sur 15 en Expérience |
| À examiner | **Pré-en-tête absent, trop court ou trop long**<br>Critère « Le message se comprend sans ses images, dès la boîte de réception » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel | −12,5 pts<br>sur 25 en Expérience |
| À examiner | **Le message pose des obstacles aux aides techniques**<br>Critère « Le message reste lisible avec une aide technique » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel | −10 pts<br>sur 20 en Expérience |
| Secondaire | **Aucun lien ne mène à la politique de confidentialité**<br>Critère « Le message dit qui écrit et selon quelles règles » · Conformité · mesuré sur 1 message transactionnel | −6,7 pts<br>sur 20 en Conformité |

**11 critères tenus**, dont « Aucun identifiant du destinataire dans le message » et « Signature DKIM validée ». Ils sont listés dans leur famille, ci-dessous.

## Chaque envoi, à son heure d'arrivée

Un point par message reçu sur notre abonnement depuis octobre. Touchez un point pour l'ouvrir ; les flèches passent d'un envoi à l'autre.

Lecture technique de l'envoi du 9 octobre 2026 →

**1**
campagne en 1 semaine
environ une par semaine, en octobre

**Pas de jour fixe**
jour d'envoi
le mercredi en tête, 1 des 1 campagnes

**9 h – 10 h**
plage d'arrivée
1 des 1 campagnes

**14 oct.**
dernier envoi reçu
« Ding dong ! Le Pop-up de Noël est ouvert 🔔 »

Pixel
Note 59

● campagne ○ transactionnel ● changement observé ■ pixel présent

Campagne 1 sur 1

mercredi 14 oct., 9 h 02

### Ding dong ! Le Pop-up de Noël est ouvert 🔔

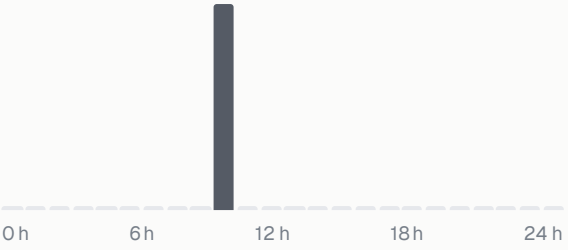
| | |
|---|---|
| Type | Campagne marketing |
| Note | 59 / 100 |
| Pixel | Présent, détecté par la forme de son adresse |

### Le jour d'envoi

Touchez une barre pour retrouver ses envois dans la frise.

### L'heure d'arrivée

Heure par heure, sur la campagne reçue.




### Aucun changement observé depuis octobre

Chaque campagne est comparée à la précédente, critère par critère.

## Le détail des critères

Les 24 critères + 1 bonus

**11** tenus · **3** tenus en partie · **8** non tenus · **0** non observables · **2** non applicables

## Conformité

Ces vérifications portent sur ce que l'envoi impose au destinataire et sur ce qu'il lui laisse : mesure de son comportement, moyens de partir, traçage de son opposition.

Pixels de suivi : la règle CNIL · Méthode, famille Conformité

mieux que 9 % des 566 marques mesurées

**Le calcul** · 23 pts sur 100

1 tenu · 1 tenu en partie · 3 non tenus · 1 non applicable

Poids de chaque critère dans la note.

### Aucun pixel de suivi d'ouverture · Non tenu

0/35 pts

Pixel de suivi d'ouverture détecté sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 35 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

Une image invisible signale au routeur que le message a été ouvert, à quel moment et depuis quel appareil : c'est un suivi individualisé du comportement de lecture, et le destinataire n'en voit rien. Le message ne dit pas s'il y a consenti ou s'y est opposé — ce choix vit dans le routeur, pas dans l'envoi.

Servi depuis `mademoiselle-bio.com`.

L'extrait qui l'établit

```
<img src="https://t.news.mademoiselle-bio.com/collector/***/m
ademoisellebio/***/open" alt="" width="1" height="1" border
="0" style="display:block;">
```

**Comment corriger**

Splio : le suivi d'ouverture se règle par campagne dans les **options d'envoi**, et par défaut dans la configuration de l'univers.

Propre à splio — pas encore rouverte dans l'outil

Tenu quand aucun pixel de suivi n'est présent. Un seul pixel suffit à faire échouer le critère sur un envoi.

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · La règle de détection

Loi Informatique et Libertés, article 82 (https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000037813978/)

CNIL, délibération n° 2026-042 du 12 mars 2026, publiée au JO le 14 avril 2026 — champ d'application (https://www.cnil.fr/sites/default/files/2026-04/recommandation-pixels_de_suivi.pdf)

CNIL, foire aux questions du 22 juillet 2026 (https://www.cnil.fr/fr/faq-recommandation-pixels-courriers-electroniques)

CNIL, délibération n° 2026-042 du 12 mars 2026, publiée au JO le 14 avril 2026 — retrait du consentement (https://www.cnil.fr/sites/default/files/2026-04/recommandation-pixels_de_suivi.pdf)

## Se désinscrire est possible et annoncé

Non applicable

non applicable

Cette mesure ne s'appliquait à aucun des envois reçus. Elle **sort du dénominateur** : elle n'est jamais comptée comme un échec.

Tenu quand le message annonce la désinscription dans ses en-têtes, par une page plutôt qu'un courriel à rédiger, et dans son corps. Le détail dit laquelle des deux manque. Non applicable sur un transactionnel.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

## Le destinataire garde la main sur le suivi

Non tenu

0/20 pts

Le destinataire n'a pas la main sur le suivi — aucune des 2 mesures n'est tenue

0 points sur 20 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

**Comment corriger**

Un chemin distinct du lien de désinscription mène à un centre de préférences où le destinataire peut refuser le suivi (ouvertures, clics) sans se désabonner. La plupart des routeurs proposent cette page ; sinon, elle s'ajoute dans le pied du gabarit, avec son propre lien, nommé pour ce qu'il fait (« gérer mes préférences », « refuser le suivi »).

Cette page coûte une après-midi d'intégration et sert ensuite à tous les envois. Elle est ce que la recommandation CNIL attend d'un envoi qui mesure le comportement de ses lecteurs.

Deux mesures : le lien de désinscription passe-t-il par un traceur, et un chemin distinct mène-t-il à un centre de préférences ou au refus du suivi ? Aucune des deux n'établit qu'un refus aboutisse — le vérifier demanderait de suivre le lien, ce qui enregistrerait un clic côté routeur. Elles décrivent la main laissée au destinataire, pas le résultat qu'il obtiendrait.

Ce qui a été mesuré — 0 tenues sur 2

- Lien de désinscription tracé sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu
- Aucun chemin distinct pour refuser le suivi sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu

CNIL 14/04/2026 · Postmetry · PM-PRIV-003

### Le message dit qui écrit et selon quelles règles

Tenu en partie

13,3/20 pts

Aucun lien ne mène à la politique de confidentialité sur le seul message transactionnel concerné (2 des 3 mesures tenues)

13,3 points sur 20 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

**Comment corriger**

Le pied du message nomme l'expéditeur (raison sociale, adresse postale) et lie sa politique de confidentialité par un lien direct vers le site, pas vers un domaine de suivi. Ces mentions se mettent une fois dans le gabarit de base et se retrouvent dans tous les envois.

Rien à perdre : ces lignes existent déjà sur le site, il suffit de les reprendre.

Un envoi commercial doit permettre d'identifier l'annonceur (CPCE, article L. 34-5), et le destinataire de savoir qui traite ses données. Cet indicateur regroupe ce qu'un message peut en montrer.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 3

- Le message nomme son expéditeur sur un seul message transactionnel — Tenu
- Une réponse au message est possible sur un seul message transactionnel — Tenu
- Aucun lien ne mène à la politique de confidentialité sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu

CPCE L. 34-5 · directive 2000/31 art. 6 · CAN-SPAM · PM-PRIV-004

### Un chemin non tracé mène au site

Non tenu

0/15 pts

Tous les liens vers le site passent par un traceur sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 15 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

Le destinataire qui veut simplement visiter le site n'a pas d'autre option que de passer par le compteur de clics.

**Comment corriger**

Au moins un lien du message pointe directement vers le domaine de la marque, sans passer par le domaine de redirection du routeur : le logo, la mention légale ou la politique de confidentialité conviennent. Dans l'éditeur, cela se fait lien par lien (« ne pas suivre ce lien », « disable click tracking ») ou par une liste d'exclusion dans les réglages du compte.

Un lien non tracé ne compte pas dans les clics mesurés ; choisir le logo ou le pied du message n'enlève rien aux clics qui comptent.

Tenu quand au moins un lien du message mène au site de la marque sans passer par un compteur de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

### Aucun identifiant du destinataire dans le message

Tenu

10 pts

Aucun identifiant du destinataire dans le message sur un seul message transactionnel

10 points sur 10 — tenu sur 1 des 1 message transactionnel concerné.

Tenu quand l'adresse du destinataire n'apparaît — ni en clair, ni encodée, ni hachée — dans aucune URL ni aucun en-tête propriétaire. Les en-têtes d'adressage ne comptent pas : ils la portent par construction.

Postmetry · RGPD art. 4 en repère · PM-PRIV-020

## Délivrabilité

Ces vérifications lisent le verdict d'authentification posé par notre serveur au moment où le message est arrivé. Ce verdict est daté par construction : nous ne le recalculons jamais, ce qui interrogerait le DNS d'aujourd'hui plutôt que celui du jour de l'envoi.

Exigences de Gmail pour les expéditeurs ↗ (https://support.google.com/a/answer/81126)
Exigences de Yahoo ↗ (https://senders.yahooinc.com/best-practices/) Méthode, famille Délivrabilité

mieux que 1 % des 565 marques mesurées

**Le calcul** · 35 pts sur 70, ramenés à 100 — 3 tenus · 2 non tenus · 1 non applicable

Poids de chaque critère dans la note.

### Signature DKIM validée — Tenu — 20 pts

Signature DKIM valide sur un seul message transactionnel

20 points sur 20 — tenu sur 1 des 1 message transactionnel concerné.

Tenu quand notre serveur de réception a validé la signature DKIM de l'envoi.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001
RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)
RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

### Alignement DMARC validé — Non tenu — 0/20 pts

Alignement DMARC en échec sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 20 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

**Comment corriger**

Le domaine qui signe (DKIM d=) ou celui de l'enveloppe (SPF, `Return-Path`) doit être le domaine de l'adresse `From` ou un de ses sous-domaines. Dans le routeur, cela revient à authentifier le domaine d'envoi lui-même plutôt que d'utiliser le domaine partagé du routeur, et à activer le « Return-Path personnalisé » quand l'option existe.

L'alignement est ce que DMARC vérifie : sans lui, une politique DMARC publiée fait rejeter ses propres envois.

Tenu quand le domaine affiché dans l'expéditeur correspond à celui qui a authentifié le message.

RFC 9989 · PM-DELIV-002
RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

### Politique DMARC qui contribue à écarter certaines usurpations — Non tenu — 0/15 pts

Politique DMARC en observation seule sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 15 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

**Comment corriger**

Un enregistrement TXT `_dmarc.<domaine>` déclare la politique : `v=DMARC1; p=quarantine; rua=mailto:…` au minimum, `p=reject` une fois les sources d'envoi alignées. Le passage se fait par

étapes (p=none avec rapports, puis `quarantine`, puis `reject`) sur quelques semaines, en lisant les rapports pour repérer les outils qui envoient au nom du domaine.

Une politique none n'empêche aucune usurpation du domaine ; `quarantine` ou `reject` ferme la porte et satisfait les exigences Gmail et Yahoo pour les expéditeurs en volume.

Tenu quand la politique publiée est « reject » ou « quarantine ». Une politique « none » n'attend rien des messageries : elle est publiée sans effet sur les messages qui usurpent le domaine.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — section 4.7, balise « p » (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

## Aucun échec SPF

Tenu

10 pts

Aucun échec SPF sur un seul message transactionnel

10 points sur 10 — tenu sur 1 des 1 message transactionnel concerné.

Tenu quand SPF n'est pas en échec. Un SPF « none » accompagné d'un DKIM et d'un DMARC valides est une configuration courante et légitime : elle n'est pas pénalisée.

RFC 7208 · PM-DELIV-004

RFC 7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208)

## Désinscription en un clic, au sens de la RFC 8058

Non applicable

non applicable

Cette mesure ne s'appliquait à aucun des envois reçus. Elle **sort du dénominateur** : elle n'est jamais comptée comme un échec.

Tenu quand l'en-tête « List-Unsubscribe » porte une adresse https et que « List-Unsubscribe-Post » vaut exactement « List-Unsubscribe=One-Click ». C'est ce que Gmail et Yahoo demandent aux expéditeurs en nombre : le bouton de la messagerie agit alors sans ouvrir de page. Non applicable sur un transactionnel.

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

## Signature DKIM qui couvre l'essentiel

Tenu

5 pts

La signature DKIM couvre l'essentiel du message sur un seul message transactionnel

5 points sur 5 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Ce que la signature couvre, pas seulement qu'elle passe : un algorithme admis par la RFC 8301, le corps signé en entier, les en-têtes From, Subject, Date et List-Unsubscribe signés, une signature non expirée à la réception. Non applicable sans signature DKIM.

Ce qui a été mesuré — 4 tenues sur 4

- Algorithme de signature admis sur un seul message transactionnel — Tenu
- Corps signé en entier sur un seul message transactionnel — Tenu
- En-têtes essentiels signés sur un seul message transactionnel — Tenu
- Signature valide à la réception sur un seul message transactionnel — Tenu

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

## Technique

71
sur 100

Ces vérifications portent sur ce que les clients de messagerie font réellement du message : troncature, blocs de style retirés, ressources jamais chargées. Chaque seuil dit d'où il vient : le comportement documenté d'un client de messagerie, une spécification, ou notre propre méthode.

Prise en charge par client (caniemail) ↗ (https://www.caniemail.com/) Méthode, famille Technique

mieux que 27 % des 566 marques mesurées

**Le calcul** · 60 pts sur 85, ramenés à 100 — 5 tenus · 1 non tenu

| 25 | 20 | 15 | 10 | 10 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

Poids de chaque critère dans la note.

### HTML sous le seuil de troncature de Gmail — Non tenu — 0/25 pts

HTML au-dessus du seuil de troncature Gmail sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 25 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

**Comment corriger**

Le poids se réduit en sortant les CSS inutilisées, en supprimant les blocs cachés en double (version mobile et version desktop du même contenu), en retirant les commentaires et le code conditionnel Outlook devenu inutile, et en n'incorporant aucune image en base64. La plupart des éditeurs affichent le poids du HTML avant envoi.

Au-delà de 102 Ko, Gmail coupe le message et affiche « Afficher l'intégralité du message » : le pied, les mentions et le lien de désinscription disparaissent de la première lecture.

Tenu quand la partie HTML reste sous 102 Ko. Au-delà, Gmail coupe la fin du message — et la fin, c'est la désinscription et les mentions.

Gmail · PM-TECH-001

### Gabarit peu imbriqué — Tenu — 20 pts

Gabarit peu imbriqué sur un seul message transactionnel

20 points sur 20 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Tenu quand les tableaux de mise en page ne s'imbriquent pas sur plus de 6 niveaux. Au-delà, le moteur de Word que partagent les Outlook de bureau et les clients qui divergent rendent le gabarit chacun à sa façon.

Ce qui a été mesuré — 1 tenue sur 1

- Tableaux de mise en page peu imbriqués sur un seul message transactionnel — Tenu

Postmetry · PM-TECH-002

### HTML bien formé — Tenu — 15 pts

HTML bien formé sur un seul message transactionnel

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Un doctype, un jeu de caractères déclaré dans le document, des balises équilibrées et des identifiants uniques. Chaque client répare à sa façon un balisage incomplet, et c'est ce qui rend le

rendu imprévisible. Les fermetures que le HTML rend facultatives ne comptent pas.

Ce qui a été mesuré — 4 tenues sur 4

- Doctype déclaré sur un seul message transactionnel Tenu
- Jeu de caractères déclaré dans le HTML sur un seul message transactionnel Tenu
- Balises équilibrées sur un seul message transactionnel Tenu
- Identifiants uniques sur un seul message transactionnel Tenu

WHATWG · PM-TECH-030

### Chaque lien mène quelque part Tenu

10 pts

Chaque lien mène quelque part sur un seul message transactionnel

10 points sur 10 — tenu sur 1 des 1 message transactionnel concerné.

Tenu quand aucun lien n'est vide, réduit à « # » ou écrit en « javascript: ». Un tel lien ne mène nulle part, et la plupart des clients le neutralisent. Non applicable si le message ne contient aucun lien.

Postmetry · PM-TECH-031

### Aucune feuille de style distante Tenu

10 pts

Aucune feuille de style distante sur un seul message transactionnel

10 points sur 10 — tenu sur 1 des 1 message transactionnel concerné.

Tenu quand le message n'appelle aucune feuille de style externe, par « link » ou par « @import ». Plusieurs clients ne les chargent jamais. Une feuille de polices ne compte pas : sans elle, le texte prend la police de secours.

caniemail · PM-TECH-020 · <link> dans un email — prise en charge par client (https://www.caniemail.com/features/html-link/)

### Le message respecte la forme d'un courriel Tenu

5 pts

Le message respecte la forme d'un courriel sur un seul message transactionnel

5 points sur 5 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Lignes de 998 octets au plus, Message-ID et Date lisibles, jeu de caractères annoncé sur chaque partie texte, encodage de transfert cohérent avec le contenu (RFC 5322, RFC 2045). La plupart des serveurs tolèrent ces écarts, chacun à sa façon.

Ce qui a été mesuré — 5 tenues sur 5

- Lignes de 998 octets au plus sur un seul message transactionnel Tenu
- Message-ID bien formé sur un seul message transactionnel Tenu
- Date lisible sur un seul message transactionnel Tenu
- Jeu de caractères annoncé sur chaque partie texte sur un seul message transactionnel Tenu
- Encodage de transfert cohérent sur un seul message transactionnel Tenu

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

## Expérience

48
sur 100

Quatre questions sur ce que devient le message une fois reçu : reste-t-il compréhensible, le destinataire peut-il encore agir, un client peut-il le restituer, un écran l'afficher. La détection automatique ne couvre que ce qui est déclaré dans le message.

WCAG 2.2 ↗ (https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Méthode, famille Expérience

mieux que 20 % des 566 marques mesurées

**Le calcul** · 48 pts sur 100

2 tenus · 2 tenus en partie · 2 non tenus · 1 bonus

| 25 | 15 | 15 | 10 | 20 | 15 |
|---|---|---|---|---|---|

Poids de chaque critère dans la note.

### Le message se comprend sans ses images, dès la boîte de réception

12,5/25 pts

Tenu en partie

Pré-en-tête absent, trop court ou trop long sur le seul message transactionnel concerné (1 des 2 mesures tenues)

12,5 points sur 25 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

**Comment corriger**

Un pré-en-tête de 40 à 130 caractères, en texte réel, suit l'objet dans la boîte de réception ; chaque image porteuse de sens a un attribut `alt` qui dit ce qu'elle montre ; le message principal est en texte, pas dans une image. Dans l'éditeur, le pré-en-tête est un champ dédié, et l'`alt` se renseigne image par image.

La moitié des lecteurs voient le message sans images au premier affichage. Un `alt` et un pré-en-tête coûtent une minute par campagne.

Tenu quand le message garde au moins 200 caractères lisibles images bloquées, et qu'un pré-en-tête de 40 à 130 caractères l'annonce dans la liste des messages. Sans pré-en-tête, la boîte affiche à sa place le premier texte du corps — souvent « Afficher dans le navigateur ».

Ce qui a été mesuré — 1 tenue sur 2

- Au moins 200 caractères restent lisibles images bloquées sur un seul message transactionnel — Tenu
- Pré-en-tête absent, trop court ou trop long sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu

Postmetry · `PM-EXP-001`

### Le message reste restituable hors du HTML

Non tenu

0/15 pts

Aucune version texte seul n'accompagne le message sur le seul message transactionnel concerné (0 des 1 mesures tenues)

0 points sur 15 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

**Comment corriger**

La version texte (`text/plain`) accompagne le HTML et reprend le contenu et les liens, pas seulement une phrase « ouvrez ce message dans votre navigateur ». Les routeurs la génèrent depuis le HTML si l'option est active (« générer la version texte », « auto-generate plain text »).

Cette version est celle que lisent les montres, les lecteurs d'écran et certains clients professionnels ; elle sert aussi aux filtres anti-spam, qui comparent les deux versions.

Tenu quand une version texte accompagne l'envoi et qu'elle en reprend l'essentiel : au moins 60 % de son texte et 80 % de ses liens. Un client qui n'affiche pas le HTML retombe sur elle ; réduite à « affichez la version web », elle ne restitue rien.

Ce qui a été mesuré — 0 tenues sur 1

- Aucune version texte seul n'accompagne le message sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu
- La version texte reprend le texte du message — Non applicable
- La version texte reprend les liens du message — Non applicable

Postmetry · PM-EXP-002

### Tous les liens restent visibles images bloquées — Non tenu

0/15 pts

Certains liens deviennent invisibles images bloquées sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 15 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

**Comment corriger**

Chaque action importante (bouton principal, désinscription) existe en texte ou en bouton HTML, pas seulement en image cliquable. Pour un bouton image, un `alt` qui dit l'action et une couleur de fond sur la cellule rendent la zone visible même sans image.

Images bloquées, un bouton en image devient un rectangle vide : le lecteur ne sait pas où cliquer.

Tenu quand aucun lien n'est porté par une seule image dépourvue de texte de remplacement : un tel lien ne laisse rien à l'écran. Non applicable si le message ne contient aucun lien.

Postmetry · PM-EXP-003

### Zones cliquables assez grandes — Tenu

10 pts

Zones cliquables de taille suffisante sur un seul message transactionnel

10 points sur 10 — tenu sur 1 des 1 message transactionnel concerné.

Tenu quand aucune zone cliquable dimensionnée ne descend sous 24 px de côté (WCAG 2.2, critère 2.5.8). Seules les zones dont une dimension est déclarée sont mesurées ; les exceptions du critère — cible dans une ligne de texte, espacement suffisant — ne le sont pas. Non applicable si le message ne déclare aucune dimension.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), critère 2.5.8, niveau AA (https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum)

### Le message reste lisible avec une aide technique — Tenu en partie

10/20 pts

Le message pose des obstacles aux aides techniques — 2 des 4 mesures tenues

10 points sur 20 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

**Comment corriger**

Quatre corrections, toutes dans le gabarit : déclarer la langue du message sur la balise `<html>` (`lang="fr"` pour un envoi en français), décrire chaque image de contenu dans son attribut `alt`, annoncer les tableaux de mise en page avec `role="presentation"`, et écrire des liens qui disent où ils mènent plutôt que « cliquez ici ».

Le détail du critère dit lesquelles manquent sur vos envois ; les autres sont déjà tenues.

Une image décorative — filet, espaceur — garde un `alt=""` vide : c'est ce qui la fait taire, pas un oubli.

Langue déclarée, images de contenu décrites, tableaux de mise en page signalés comme tels, intitulés de liens qui disent où ils mènent : ce dont un lecteur d'écran a besoin pour restituer le message. Le détail dit laquelle de ces mesures manque.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 4

- Langue du message déclarée sur un seul message transactionnel Tenu
- Des images de contenu ne sont pas décrites sur le seul message transactionnel concerné Non tenu
- Tableaux de mise en page signalés comme tels sur un seul message transactionnel Tenu
- Des liens ne disent pas où ils mènent sur le seul message transactionnel concerné Non tenu

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005
HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes)
HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt)

### Le message déclare son adaptation aux écrans Tenu 15 pts

Le message déclare son adaptation aux écrans sur un seul message transactionnel

15 points sur 15 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Tenu quand le message déclare sa zone d'affichage et son adaptation à la largeur d'écran. Sans elles, il s'affiche sur téléphone à sa largeur d'origine, et se lit en zoomant et en faisant défiler de côté.

Ce qui a été mesuré — 2 tenues sur 2

- Zone d'affichage déclarée sur un seul message transactionnel Tenu
- Adaptation à la largeur d'écran déclarée sur un seul message transactionnel Tenu

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la balise viewport (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/)
Media Queries Level 4 (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

### Thème sombre déclaré Point bonus non acquis +0 pts

Le message ne déclare pas son adaptation au thème sombre sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 5 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

Acquis quand le message déclare `color-scheme` ou une règle `prefers-color-scheme`. Aucune norme ne l'exige — les clients qui forcent le thème sombre inversent eux-mêmes les couleurs — mais le déclarer laisse la main au gabarit plutôt qu'au client de messagerie.

caniemail · PM-EXP-027

CONSTATS HORS NOTATION

## Observés, non notés

Ces constats n'entrent dans aucune note : leur seuil n'a pas de source opposable. Ils restent affichés en entier.

### Tous les liens du message passent par un traceur

reconnu par un sous-domaine de suivi au nom de la marque

Chaque clic est enregistré et rattaché au destinataire avant de le rediriger. Aucun lien ne mène directement au site : il n'existe aucune façon de consulter la marque depuis ce message sans être mesuré.

▼ La preuve — extrait de votre envoi


```
https://t.news.mademoiselle-bio.com/collector/***/mademoisellebio/***.eyJjaWQiOiI1MTgwO
DM5IiwiY3YiOiIyIiwiaWF0IjoxNzkxNTMwMzAwLCJsYyI6IiIsImxnIjoiZnItRlIiLCJsaWQiOiIxIiwibHUi
OiJodHRwczovL3QubmV3cy5tYWRlbW9pc2VsbGUtYmlvLmNvbS9lbWFpbF9kZXNpZ24vbWFkZW1vaXNlbGxlYml
vLzAxOWZkY2MwLTYwYmUtNzBkNy1iNjNjLTM1ZWViMzA2NTI4OT9oYXNoPWVtYWlsXzM3N2ZhM2QzYTA3MTY2NT
RhMThmZDEzMzc2ZWM3Mj…
```


## Comparaison sectorielle

**Beauté** — 69 marques dont au moins une campagne a été analysée. Les parts ci-dessous se comptent sur elles, jamais sur le catalogue.

69 marques analysées dans ce secteur

Réservé à la version Pro

Notes de lecture

## Comment lire cette page

01 **Un critère non observable ou non applicable sort du calcul.** Il reste listé, jamais compté zéro : son poids quitte le dénominateur plutôt que de peser comme un échec.

02 Chaque ligne décrit un **constat observable**, avec l'extrait qui l'établit. Aucune qualification juridique n'y est portée.

03 Les mesures viennent d'**analyseurs déterministes** : le même message donne toujours le même résultat, et un constat contesté se refait à l'identique depuis l'archive.

04 Toute part est publiée **sur base observée**, et la nomme : « 26 des 30 marques analysées ». Une marque dont aucun envoi n'a été reçu n'entre dans aucun dénominateur.

05 La **délivrabilité est empruntée** : son verdict vient du serveur qui a reçu le message. Toutes les autres familles sortent de nos analyseurs.

Cette analyse vous parle ?

**Recevoir les changements de Mademoiselle Bio**

Un email quand un critère change d'état, rien d'autre.

## Parcourons-la ensemble, en 20 minutes.

Nous reprenons les 11 points avec vous, la preuve de chacun et l'ordre dans lequel les corriger. En visio, sans engagement.

Choisir un créneau : https://cal.com/noam-

### Vous travaillez chez Mademoiselle Bio ?

Revendiquer la marque : transactionnels, alertes, preuve datée.

### La version Pro

Historique complet, avant et après, alertes.

Ce rapport se consulte aussi en ligne, avec l'aperçu de chaque envoi :
https://postmetry.com/fr/marque/mademoiselle-bio/?kind=transactional