postmetry

O

Ce que contient la newsletter de

OVS

Expéditeur	info@ovs-email.com
Routeur	Salesforce Marketing Cloud
Secteur	Mode & retail
Envois lus	7 campagnes, 1 transactionnel
Période	Novembre 2026

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

Note d'ensemble

A B **C** 73/100 D E F

Le constat principal

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

C'est le premier des 7 points à corriger. La note la plus haute est technique (96/100), la plus basse expérience (63/100), mieux que 58 % des 643 marques mesurées.

Transactionnel
1 message

Novembre 2026 · calculé le 23 novembre

Conformité

65 /100

mieux que 86 % des 643 marques mesurées

Délivrabilité

79 /100

mieux que 7 % des 642 marques mesurées

Technique

96 /100

mieux que 67 % des 643 marques mesurées

Expérience

63 /100

mieux que 58 % des 643 marques mesurées

7 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

Critère « Aucun pixel de suivi d'ouverture » · Conformité · sur 1 message transactionnel

−35 pts
sur 35 en Conformité

```
<img src="http://click.mailmarketingmanager.com/open.aspx?qs=***&amp;d=***&amp;…
```

Salesforce Marketing Cloud : le suivi est actif par défaut sur les envois Email Studio et se règle au niveau de la « send definition ».

Prioritaire

Le message pose des obstacles aux aides techniques

Critère « Le message reste lisible avec une aide technique » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel

−20 pts
sur 20 en Expérience

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 ».

À examiner

La politique DMARC publiée n'écarte aucune usurpation

Critère « Politique DMARC qui contribue à écarter certaines usurpations » · Délivrabilité · sur 1 message transactionnel

−15 pts
sur 15 en Délivrabilité

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.

À examiner

Des zones cliquables sont trop petites pour le doigt

Critère « Zones cliquables assez grandes » · Expérience · sur 1 message transactionnel

−10 pts
sur 10 en Expérience

Secondaire

Zone d'affichage non déclarée

Critère « Le message déclare son adaptation aux écrans » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel

−7,5 pts
sur 15 en Expérience

Secondaire

La version texte reprend moins de 80 % des liens

Critère « Le message reste restituable hors du HTML » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel

−5 pts
sur 15 en Expérience

Secondaire

Aucun jeu de caractères déclaré dans le HTML

Critère « HTML bien formé » · Technique · mesuré sur 1 message transactionnel

−3,8 pts
sur 15 en Technique

15 critères tenus, dont « Le destinataire garde la main sur le suivi » 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 novembre. Touchez un point pour l'ouvrir ; les flèches passent d'un envoi à l'autre.

Lecture technique de l'envoi du 2 novembre 2026 →

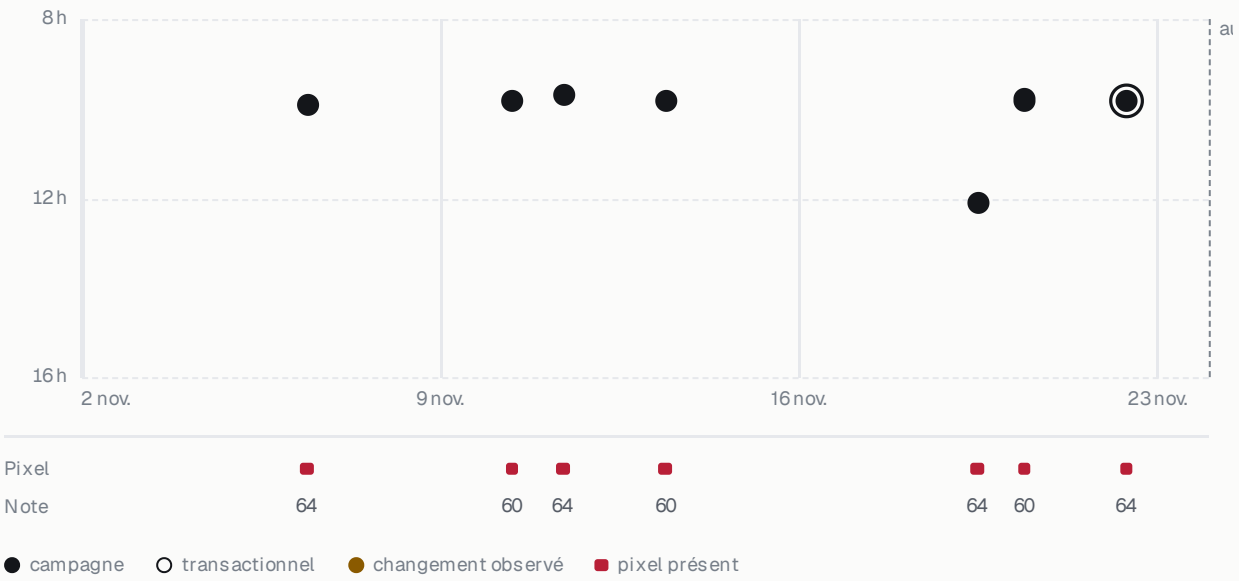
7 **Le vendredi**

campagnes en 2 semaines
environ 3,5 par semaine, en novembre

jour d'envoi favori
3 des 7 campagnes

9 h
heure d'envoi favorite
86 % des campagnes arrivent entre 9 h et 10 h

22 nov.
dernier envoi reçu
« Continuano i Black Days: -50% 🎁 »



Campagne 7 sur 7

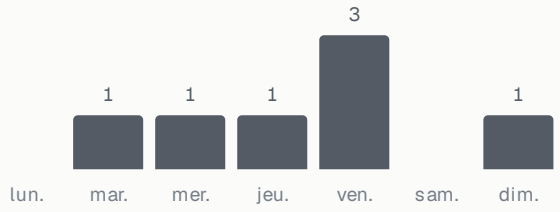
dimanche 22 nov., 9 h 49

Continuano i Black Days: -50% 🎁

Type Campagne marketing
Note 64 / 100
Pixel Présent, détecté par la forme de son adresse

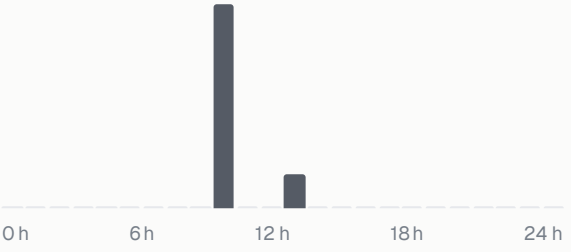
Le jour d'envoi

Touchez une barre pour retrouver ses envois dans la frise.



L'heure d'arrivée

Heure par heure, sur les 7 campagnes.



Aucun changement observé depuis novembre

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

Le détail des critères

Les 24 critères + 1 bonus

15 tenus | **3** tenus en partie | **4** 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 86 % des 643 marques mesurées

Le calcul · 65 pts sur 100

4 tenus · 1 non tenu · 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 `mailmarketingmanager.com`.

L'extrait qui l'établit

```
<img src="http://click.mailmarketingmanager.com/open.aspx?qs=
***&amp;d=***&amp;bmt=***" width="1" height="1" alt="">
```

Comment corriger

Salesforce Marketing Cloud : le suivi est actif par défaut sur les envois Email Studio et se règle au niveau de la « send definition ». Un envoi par API peut porter un réglage différent de celui de l'interface.

Propre à salesforce-mc — 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

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 — Tenu — 20 pts

Le destinataire garde la main sur le suivi sur un seul message transactionnel

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

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 — 2 tenues sur 2

- Lien de désinscription non tracé sur un seul message transactionnel — Tenu
- Un chemin distinct mène à un centre de préférences ou au refus du suivi sur un seul message transactionnel — Tenu

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

Le message dit qui écrit et selon quelles règles — Tenu — 20 pts

Le message dit qui écrit et selon quelles règles sur un seul message transactionnel

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

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 — 3 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
- Un lien mène à la politique de confidentialité sur un seul message transactionnel — Tenu

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

Un chemin non tracé mène au site — Tenu — 15 pts

Un chemin non tracé mène au site sur un seul message transactionnel

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

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

79
sur 100

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 7 % des 642 marques mesurées

Le calcul · 55 pts sur 70, ramenés à 100 — 4 tenus · 1 non tenu · 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 — Tenu — 20 pts

Alignement DMARC vérifié sur un seul message transactionnel

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

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 — 3 tenues sur 3

- 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 — Non applicable

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Technique

96
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 67 % des 643 marques mesurées

Le calcul · 82 pts sur 85, ramenés à 100 — 5 tenus · 1 tenu en partie



Poids de chaque critère dans la note.

HTML sous le seuil de troncature de Gmail — Tenu — 25 pts

HTML sous le seuil de troncature Gmail sur un seul message transactionnel

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

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 en partie — 11,2/15 pts

Aucun jeu de caractères déclaré dans le HTML sur le seul message transactionnel concerné (3 des 4 mesures tenues)

11,2 points sur 15 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Comment corriger

Les erreurs de forme (balises non fermées, attributs en double, imbrication table/div invalide) viennent des blocs collés entre éditeurs ou des modifications à la main dans le code. Passer le HTML dans un validateur avant envoi, et corriger à la source dans le gabarit plutôt que dans chaque campagne.

Un HTML mal formé se rend différemment selon le client de messagerie, et c'est la cause la plus courante d'un affichage cassé sur Outlook ou sur mobile.

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 — 3 tenues sur 4

- Doctype déclaré sur un seul message transactionnel Tenu
- Aucun jeu de caractères déclaré dans le HTML sur le seul message transactionnel concerné Non 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

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 58 % des 643 marques mesurées

Le calcul · 63 pts sur 100 — 2 tenus · 2 tenus en partie · 2 non tenus · 1 bonus



Poids de chaque critère dans la note.

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

Tenu — 25 pts

Le message se lit sans ses images et s'annonce dans la boîte de réception sur un seul message transactionnel

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

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 — 2 tenues sur 2

- Au moins 200 caractères restent lisibles images bloquées sur un seul message transactionnel — Tenu
- Pré-en-tête de 40 à 130 caractères sur un seul message transactionnel — Tenu

Postmetry · PM-EXP-001

Le message reste restituable hors du HTML

Tenu en partie

10/15 pts

La version texte reprend moins de 80 % des liens sur le seul message transactionnel concerné (2 des 3 mesures tenues)

10 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 — 2 tenues sur 3

- Une version texte seul accompagne le message sur un seul message transactionnel — Tenu
- La version texte reprend au moins 60 % du texte sur un seul message transactionnel — Tenu
- La version texte reprend moins de 80 % des liens sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu

Postmetry · PM-EXP-002

Tous les liens restent visibles images bloquées

Tenu

15 pts

Tous les liens restent visibles images bloquées sur un seul message transactionnel

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

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

Non tenu

0/10 pts

Zones cliquables sous la taille retenue sur le seul message transactionnel concerné

0 points sur 10 — tenu sur 0 des 1 message transactionnel concerné.

Comment corriger

Les liens et boutons font au moins 24 px de haut, avec de l'espace entre deux liens voisins ; un bouton en HTML (cellule de tableau avec fond et rembourrage) atteint cette taille sans image. Les liens de pied en petite taille se séparent par un retour à la ligne plutôt que par un `|`.

Sur téléphone, une zone plus petite que le doigt fait rater ou cliquer à côté ; 24 px est le minimum des WCAG 2.2 niveau AA.

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 — Non tenu — 0/20 pts

Le message pose des obstacles aux aides techniques — aucune des 4 mesures n'est tenue

0 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 — 0 tenues sur 4

- Langue du message non déclarée sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu
- Des images de contenu ne sont pas décrites sur le seul message transactionnel concerné — Non tenu
- Tableaux de mise en page annoncés comme des tableaux de données sur le seul message transactionnel concerné — Non 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 en partie — 7,5/15 pts

Zone d'affichage non déclarée sur le seul message transactionnel concerné (1 des 2 mesures tenues)

7,5 points sur 15 — part des observations tenues sur 1 message transactionnel.

Comment corriger

Le HTML comporte une balise `<meta name="viewport" content="width=device-width">` et des règles `@media` qui adaptent la largeur et les colonnes sous 600 px ; la largeur fixe de 600 px ne vaut que pour les clients de bureau. Les éditeurs modernes les produisent ; un gabarit ancien ou fait à la main ne les a souvent pas.

Sans ces règles, le message s'affiche à 600 px sur un écran de 390 : zoom obligatoire, texte illisible, liens trop petits.

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 — 1 tenue sur 2

- Zone d'affichage non déclarée sur le seul message transactionnel concerné — Non 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 acquis

+5 pts

Le message déclare son adaptation au thème sombre sur un seul message transactionnel

5 points sur 5 — tenu sur 1 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

Cette adresse envoie-t-elle vraiment les emails de OVS ?

DKIM d=ovs-email.com · SPF passe · DKIM passe · DMARC passe · 1 transactionnel

Sur 1 message transactionnel de OVS reçu sur nos adresses, en novembre 2026 :

Champ De (From)	`info@ovs-email.com` · 1 sur 1
Domaine signant DKIM (d=)	`ovs-email.com` · 1 sur 1 `s10.y.mc.salesforce.com` · 1 sur 1
Verdict à la réception	**SPF** passe · 1 sur 1 **DKIM** passe · 1 sur 1 **DMARC** passe · 1 sur 1

Le verdict est celui que le serveur de réception a posé dans l'en-tête Authentication-Results à l'arrivée du message : il est lu, jamais recalculé.

Ces constats décrivent les envois reçus sur nos adresses. Ils ne disent rien d'un message reçu ailleurs : le champ De s'écrit librement, et seuls les en-têtes du message reçu disent par où il est passé.

Comparaison sectorielle

Mode & retail — 148 marques dont au moins une campagne a été analysée. Les parts ci-dessous se comptent sur elles, jamais sur le catalogue.



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 ?

Parcourons-la ensemble, en 20 minutes.

Nous reprenons les 7 points avec vous, la preuve de chacun et l'ordre dans lequel les corriger. En visio, sans engagement.

Recevoir les changements de OVS

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

Vous travaillez chez OVS ?

Revendiquer la marque : transactionnels, alertes, preuve datée.

Choisir un créneau : https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min (https://cal.com/noam-oua

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/ovs/?kind=transactional