

Ce que contient
la newsletter de

Zara

Expéditeur noreply@zara.com

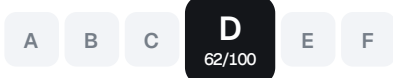
Routeur [Mailjet](#)

Secteur Mode & retail

Envois lus 46 campagnes, 1 transactionnel

Période Août 2026

 Note d'ensemble



Le constat principal

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

C'est le premier des 9 points à corriger. La note la plus haute est délivrabilité (100/100), la plus basse expérience (20/100), mieux que 0 % des 580 marques mesurées.

Transactionnel

1 message

Août 2026 · calculé le 31 octobre

Conformité

42 /100



mieux que 66 % des 580 marques mesurées

Délivrabilité

100 /100



mieux que 45 % des 579 marques mesurées

Technique

88 /100



mieux que 54 % des 580 marques mesurées

Expérience

20 /100



mieux que 0 % des 580 marques mesurées

9 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 Mailjet : le suivi des ouvertures se règle par campagne, dans les réglages de suivi de la campagne, et globalement dans les préférences du compte.	-35 pts sur 35 en Conformité
Prioritaire	Le message se lit mal sans ses images ou ne s'annonce pas dans la boîte de réception Critère « Le message se comprend sans ses images, dès la boîte de réception » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel 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.	-25 pts sur 25 en Expérience
À examiner	Le message pose des obstacles aux aides techniques Critère « Le message reste lisible avec une aide technique » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel 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 ».	-15 pts sur 20 en Expérience
À examiner	Des liens deviennent invisibles si les images sont bloquées Critère « Tous les liens restent visibles images bloquées » · Expérience · sur 1 message transactionnel	-15 pts sur 15 en Expérience
À examiner	Aucune version texte seul n'accompagne le message Critère « Le message reste restituable hors du HTML » · Expérience · mesuré sur 1 message transactionnel	-15 pts sur 15 en Expérience
À examiner	Le message ne dit pas qui écrit ni selon quelles règles Critère « Le message dit qui écrit et selon quelles règles » · Conformité · mesuré sur 1 message transactionnel	-13,3 pts sur 20 en Conformité
À examiner	Des liens ne mènent nulle part Critère « Chaque lien mène quelque part » · Technique · sur 1 message transactionnel	-10 pts sur 10 en Technique
À examiner	Aucun chemin distinct pour refuser le suivi Critère « Le destinataire garde la main sur le suivi » · Conformité · mesuré sur 1 message transactionnel	-10 pts sur 20 en Conformité
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

13 critères tenus, dont « Un chemin non tracé mène au site » 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 août. Touchez un point pour l'ouvrir ; les flèches passent d'un envoi à l'autre.

[Lecture technique de l'envoi du 2 août 2026 →](#)

46

campagnes en 13 semaines
environ 3,5 par semaine, d'août à octobre

7 j / 7

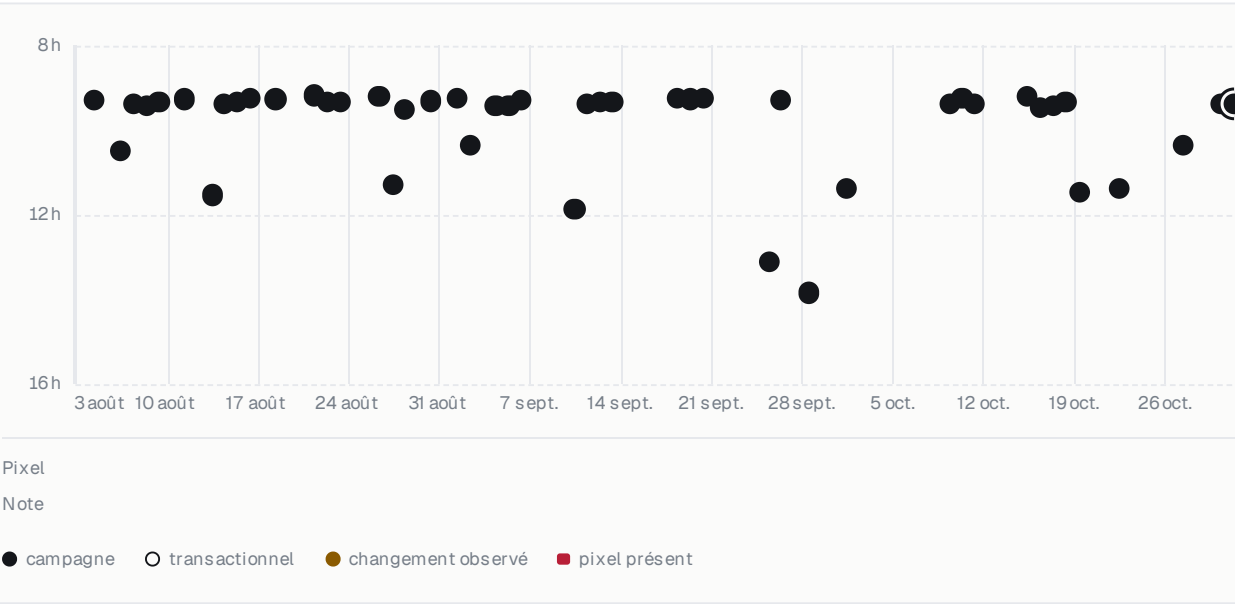
tous les jours de la semaine
de 2 à 11 campagnes selon le jour

9 h

heure d'envoi favorite
76% des campagnes arrivent entre 9 h et 10 h

31 oct.

dernier envoi reçu
« Découvrez la nouvelle collection »



Campagne 46 sur 46

samedi 31 oct., 9 h 22

Découvrez la nouvelle collection

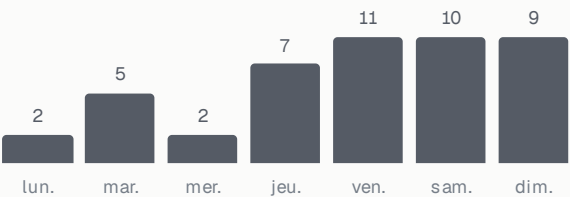
Type Campagne marketing

Note analyse en cours

Pixel —

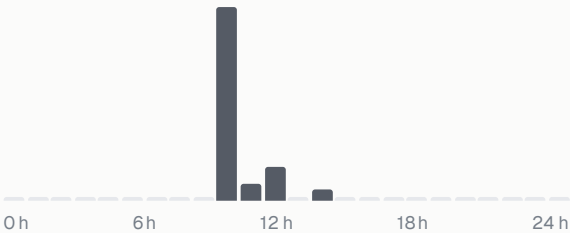
Le jour d'envoi

Touchez une barre pour retrouver ses envois dans la frise.



L'heure d'arrivée

Heure par heure, sur les 46 campagnes.



Aucun changement observé depuis août

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

Le détail des critères

Les 24 critères + 1 bonus

■ 13 tenus

■ 3 tenus en partie

■ 6 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 66 % des 580 marques mesurées

Le calcul · 42 pts sur 100

2 tenus · 2 tenus en partie · 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.

Comment corriger

Mailjet : le suivi des ouvertures se règle par campagne, dans les **réglages de suivi** de la campagne, et globalement dans les préférences du compte.

Mailjet insère le pixel sur un sous-domaine en `mjt.lu` : c'est lui qu'on voit apparaître dans l'aperçu à la place de l'image.

Propre à mailjet — 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 en partie

10/20 pts

Aucun chemin distinct pour refuser le suivi sur le seul message transactionnel concerné (1 des 2 mesures tenues)

10 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 — 1 tenue sur 2

- ☒ Lien de désinscription non tracé sur un seul message transactionnel 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

6,7/20 pts

Le message ne dit pas selon quelles règles les données sont traitées — 1 des 3 mesures tenues

6,7 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 — 1 tenue sur 3

- ☒ Le message nomme son expéditeur sur un seul message transactionnel Tenu
- ☐ Aucune adresse ne permet de répondre au message sur le seul message transactionnel concerné Non 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

☒ 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

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 45 % des 579 marques mesurées

Le calcul : 70 pts sur 70, ramenés à 100

5 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

■ 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

■ Tenu

15 pts

Politique DMARC active sur un seul message transactionnel

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

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 usurent 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



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.canimail.com/>) Méthode, famille Technique
mieux que 54 % des 580 marques mesurées

Le calcul · 75 pts sur 85, ramenés à 100

5 tenus · 1 non tenu



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

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 ■ Non tenu

0/10 pts

Des liens ne mènent nulle part sur le seul message transactionnel concerné

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

Comment corriger

Chaque lien a une cible absolue en https ; pas de href="# ", de href=" ", de lien relatif ni de mailto : sans adresse. Les liens vides viennent le plus souvent d'un bloc copié d'un gabarit précédent ou d'un bouton dont l'URL n'a pas été renseignée dans l'éditeur.

Un lien vide fait perdre le clic et signale un message assemblé à la hâte ; la correction tient dans la relecture de la liste des liens avant envoi, que la plupart des éditeurs proposent.

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.canimail.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

20

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 0 % des 580 marques mesurées

Le calcul · 20 pts sur 100

1 tenu · 1 tenu en partie · 4 non tenus · 1 bonus



Poids de chaque critère dans la note.

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

☐ Non tenu

0/25 pts

Le message se lit mal sans ses images ou ne s'annonce pas dans la boîte de réception — aucune des 2 mesures n'est tenue

0 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 — 0 tenues sur 2

- ☐ Moins de 200 caractères restent lisibles images bloquées sur le seul message transactionnel concerné Non 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

☐ 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

Le message reste lisible avec une aide technique

Tenu en partie

5/20 pts

Le message pose des obstacles aux aides techniques — 1 des 4 mesures tenues

5 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 — 1 tenue 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 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) (<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) (<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/) (<https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/>)
[Media Queries Level 4](https://www.w3.org/TR/mediaqueries-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

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

DKIM d=zara.com · SPF passe · DKIM passe · DMARC passe · 1 transactionnel

Sur 1 message transactionnel de Zara reçu sur nos adresses, en août 2026 :

Champ De (From)	noreply@zara.com · 1 sur 1
-----------------	----------------------------

Domaine signant DKIM (d=)	zara.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 — 123 marques dont au moins une campagne a été analysée. Les parts ci-dessous se comptent sur elles, jamais sur le catalogue.



**123 marques analysées dans ce
secteur**

Réservé à la version Pro

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 9 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-ouaknine-ecibnn/20min> (<https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min>)

Recevoir les changements de Zara

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

Vous travaillez chez Zara ?

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/zara/?kind=transactional>