

Cosa contiene
la newsletter di

Connox

Mittente shop@connox.fr

Settore Casa e arredamento

Invii letti 55 campagne, 6 transazionali

Periodo Agosto 2026

 Voto complessivo

A

B

C

79/100

D

E

F

La constatazione principale

**La firma DKIM non
è stata convalidata
su tutti i 6 messaggi
transazionali.**

È il primo di 6 punti da correggere. Il voto più alto è conformità (100/100), il più basso recapitabilità (54/100), meglio del 4% dei 579 marchi misurati.

Transazionale

6 messaggi

Agosto 2026 · calcolato il 31 ottobre

Conformità

100 /100



meglio del 98% dei 580 brand misurati

Recapitabilità

54 /100



meglio del 4% dei 579 brand misurati

Tecnico

84 /100



meglio del 49% dei 580 brand misurati

Esperienza

78 /100



meglio del 88% dei 580 brand misurati

6 punti da correggere

Ogni riga porta al criterio nella sua famiglia, con l'estratto che lo stabilisce e il modo di correggerlo.

Prioritario	La firma DKIM non è stata convalidata Criterio «Firma DKIM convalidata» · Recapitabilità · su tutti i 6 messaggi transazionali La firma a DKIM si configura nella piattaforma («autenticazione del dominio», «domain authentication»): fornisce un record DNS di tipo CNAME o TXT da pubblicare sul dominio di invio, poi verifica la pubblicazione.	-20 pt su 20 in Recapitabilità
Da esaminare	Preheader assente, troppo corto o troppo lungo Criterio «Il messaggio si capisce senza le immagini, già dalla casella» · Esperienza · misurato su 6 messaggi transazionali Un preheader da 40 a 130 caratteri, in testo reale, segue l'oggetto nella casella di posta; ogni immagine significativa ha un attributo alt che dice ciò che mostra; il messaggio principale è in testo, non dentro un'immagine.	-12,5 pt su 25 in Esperienza
Da esaminare	Il messaggio pone ostacoli alle tecnologie assistive Criterio «Il messaggio resta leggibile con una tecnologia assistiva» · Esperienza · misurato su 6 messaggi transazionali Quattro correzioni, tutte nel modello: dichiarare la lingua del messaggio sul tag <html> (lang="it" per un invio in italiano), descrivere ogni immagine di contenuto nel suo attributo alt, indicare le tabelle di impaginazione con role="presentation" e scrivere link che dicano dove portano invece di «clicca qui».	-10 pt su 20 in Esperienza
Da esaminare	Alcuni link non portano da nessuna parte Criterio «Ogni link porta da qualche parte» · Tecnico · su tutti i 6 messaggi transazionali	-10 pt su 10 in Tecnico
Da esaminare	La politica DMARC pubblicata non respinge alcuna usurpazione Criterio «Politica DMARC che contribuisce a respingere alcune usurpazioni» · Recapitabilità · su 4 dei 6 messaggi transazionali	-10 pt su 15 in Recapitabilità
Secondario	Nessun doctype dichiarato Criterio «HTML ben formato» · Tecnico · misurato su 6 messaggi transazionali	-3,8 pt su 15 in Tecnico

15 criteri rispettati, tra cui « Nessun pixel di tracciamento delle aperture » e « Allineamento DMARC convalidato ». Sono elencati nella loro famiglia, qui sotto.

Ogni invio, all'ora di arrivo

Un punto per messaggio ricevuto dal nostro abbonamento da agosto. Toccate un punto per aprirlo; le frecce passano da un invio all'altro.

Lettura tecnica dell'invio del 21 agosto 2026 →

55

campagne in 11 settimane
circa 5 a settimana, da agosto a ottobre

7 giorni su 7

tutti i giorni della settimana
da 4 a 11 campagne secondo il giorno

10 h

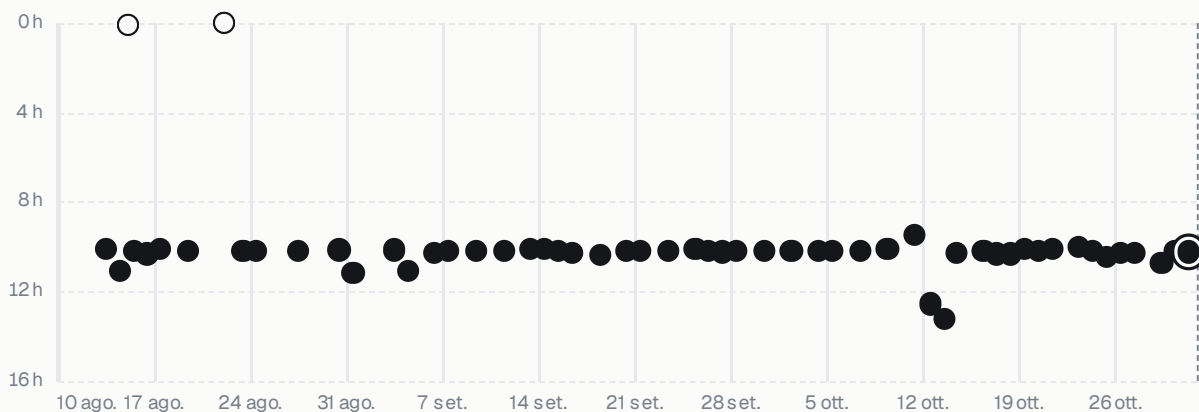
31 ott.

ora di invio preferita

il 85% delle campagne arriva tra le 10 e le 11

ultimo invio ricevuto

« Neuheiten im Oktober 🍁 »



Campagna 55 di 55

sabato 31 ott, 10:14

Neuheiten im Oktober 🍁

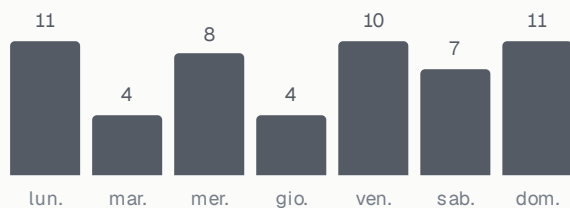
Tipo Campagna di marketing

Punteggio analisi in corso

Pixel —

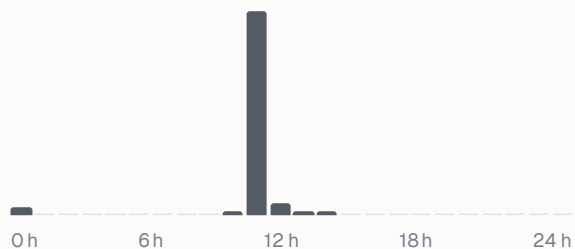
Il giorno di invio

Toccate una barra per ritrovare i suoi invii nella linea del tempo



L'ora di arrivo

Ora per ora, sulle 55 campagne.



Nessun cambiamento osservato da agosto

Ogni campagna è confrontata con la precedente, criterio per criterio.

Dettaglio dei criteri

I 24 criteri + 1 bonus

■ 15 rispettati

■ 4 rispettati in parte

■ 2 non rispettati

□ 0 non osservabili

□ 3 non applicabili



Conformità

Queste verifiche riguardano ciò che l'invio impone al destinatario e ciò che gli lascia: misurazione del suo comportamento, modi per andarsene, tracciamento della sua opposizione.

Pixel di tracciamento: la regola della CNIL

Metodo, famiglia Conformità

meglio del 98% dei 580 brand misurati

Il calcolo · 100 pts su 100

5 rispettati · 1 non applicabile



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Nessun pixel di tracciamento delle aperture

■ Rispettato

35 pts

Nessun pixel di tracciamento delle aperture sugli ultimi 3 messaggi transazionali

35 punti su 35 — rispettato su 3 degli ultimi 3 messaggi transazionali.

Rispettato quando non è presente alcun pixel di tracciamento. Un solo pixel basta a far fallire il criterio su un invio

CNIL 14/04/2026 · LIL art.82 · PM-PRIV-001 · [La regola di rilevamento](#)

Disiscriversi è possibile e annunciato

□ Non applicabile

non applicabile

Questa misura non si applicava a nessuno degli invii ricevuti. **Esce dal denominatore:** non viene mai conteggiata come un fallimento.

Rispettato quando il messaggio annuncia la disiscrizione nelle intestazioni, tramite una pagina e non un'email da scrivere, e nel corpo. Il dettaglio dice quale delle due manca. Non applicabile a un'email transazionale.

RFC2369 · PM-PRIV-002

Il destinatario mantiene il controllo del tracciamento

■ Rispettato

20 pts

Il destinatario mantiene il controllo del tracciamento su 2 messaggi transazionali

20 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 messaggi transazionali.

Due misure: il link di disiscrizione passa da un tracciatore, e un percorso distinto porta a un centro preferenze o al rifiuto del tracciamento? Nessuna delle due stabilisce che un rifiuto vada a buon fine — verificarlo richiederebbe di seguire il link, il che registrerebbe un clic presso la piattaforma di invio. Descrivono il controllo lasciato al destinatario, non il risultato che otterrebbe.

Cosa è stato misurato — 1 rispettata su 1

■ Link di disiscrizione non tracciato su 2 messaggi transazionali Rispettato

□ Un percorso distinto porta a un centro preferenze o al rifiuto del tracciamento Non applicabile

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

Il messaggio dice chi scrive e secondo quali regole

■ Rispettato

20 pts

Il messaggio dice chi scrive e secondo quali regole su 6 messaggi transazionali

20 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Un invio commerciale deve permettere di identificare l'inserzionista (CPCE, articolo L. 34-5), e al destinatario di sapere chi tratta i suoi dati. Questo indicatore raggruppa ciò che un messaggio può mostrare.

Cosa è stato misurato — 3 rispettate su 3

- Il messaggio nomina il proprio mittente su 6 messaggi transazionali Rispettato
- È possibile rispondere al messaggio su 6 messaggi transazionali Rispettato
- Un link porta all'informativa sulla privacy su 6 messaggi transazionali Rispettato

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

Un percorso non tracciato porta al sito

■ Rispettato

15 pts

Un percorso non tracciato porta al sito su 6 messaggi transazionali

15 punti su 15 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando almeno un link del messaggio porta al sito del marchio senza passare da un contatore di clic.

Postmetry · PM-PRIV-005

Nessun identificativo del destinatario nel messaggio

■ Rispettato

10 pts

Nessun identificativo del destinatario nel messaggio su 6 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando l'indirizzo del destinatario non compare — né in chiaro, né codificato, né sottoposto a hash — in alcun URL né in alcuna intestazione proprietaria. Le intestazioni di indirizzamento non contano: lo riportano per costruzione.

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

Recapitabilità



Queste verifiche leggono il verdetto di autenticazione emesso dal nostro server al momento dell'arrivo del messaggio. Questo verdetto è datato per costruzione: non lo ricalcoliamo mai, il che interrogherebbe il DNS di oggi anziché quello del giorno dell'invio.

Requisiti di Gmail per i mittenti ➔ (<https://support.google.com/a/answer/81126>)

Requisiti di Yahoo ➔ (<https://senders.yahooinc.com/best-practices/>) Metodo famiglia Recapitabilità
meglio del 4% dei 579 brand misurati

Il calcolo · 35 pt su 65, riportati a 100

2 rispettati · 1 rispettato in parte · 1 non tenuto · 2 non applicabili



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Firma DKIM convalidata ❌ Non rispettato

0/20 pts

Firma DKIM in errore su 6 messaggi transazionali interessati

0 punti su 20 — rispettato su 0 di 6 messaggi transazionali interessati.

Come correggere

La firma DKIM si configura nella piattaforma («autenticazione del dominio», «domain authentication»): fornisce un record DNS di tipo CNAME o TXT da pubblicare sul dominio di invio, poi verifica la pubblicazione. Un errore su un invio firmato deriva quasi sempre da un contenuto modificato dopo la firma (piè di pagina aggiunto da un gateway, riscrittura dei link) o da una chiave rimossa dal DNS.

Senza una firma valida, dal 2024 Gmail e Yahoo trattano gli invii massivi come non autenticati e li rifiutano o li classificano come spam.

Rispettato quando il nostro server di ricezione ha convalidato la firma DKIM dell'invio.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001

[RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail \(DKIM\) Signatures](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)

[RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Allineamento DMARC convalidato ✅ Rispettato

20 pts

Allineamento DMARC verificato su 6 messaggi transazionali

20 punti su 20 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando il dominio mostrato come mittente corrisponde a quello che ha autenticato il messaggio.

RFC 9989 · PM-DELIV-002

[RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance \(DMARC\)](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Politica DMARC che contribuisce a respingere alcune usurpazioni ⚠️ Rispettato in parte

5/15 pts

Politica DMARC in sola osservazione (4 dei 6 messaggi transazionali interessati)

5 punti su 15 — rispettato su 2 di 6 messaggi transazionali interessati.

Come correggere

Un record TXT `_dmarc.<dominio>` dichiara la politica: almeno `v=DMARC1; p=quarantine; rua=mailto:...`, `p=reject` una volta allineate le fonti di invio. Il passaggio avviene per gradi (`p=none` con report, poi `quarantine`, poi `reject`) nell'arco di qualche settimana, leggendo i report per individuare gli strumenti che inviano a nome del dominio.

Una politica `none` non impedisce alcuna usurpazione del dominio; `quarantine` o `reject` chiude la porta e soddisfa i requisiti di Gmail e Yahoo per i mittenti massivi.

Rispettato quando la politica pubblicata è «reject» o «quarantine». Una politica «none» non chiede nulla ai servizi di posta: è pubblicata senza effetto sui messaggi che usurpano il dominio.

RFC 9989 §47 · PM-DELIV-003 · [RFC 9989 — sezione 4.7, tag «p»](https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Nessun errore SPF ✅ Rispettato

10 pts

Nessun errore SPF su 6 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando SPF non è in errore. Un SPF «none» accompagnato da DKIM e DMARC validi è una configurazione comune e legittima: non viene penalizzata.

Disiscrizione con un clic, ai sensi della RFC 8058☐ Non applicabile

non applicabile

Questa misura non si applicava a nessuno degli invii ricevuti. **Esce dal denominatore:** non viene mai conteggiata come un fallimento.

Rispettato quando l'intestazione «List-Unsubscribe» riporta un indirizzo https e «List-Unsubscribe-Post» vale esattamente «List-Unsubscribe=One-Click». È quanto Gmail e Yahoo chiedono ai mittenti massivi: il pulsante della casella agisce allora senza aprire una pagina. Non applicabile a un'email transazionale.

RFC8058-Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Una firma DKIM che copre l'essenziale☐ Non applicabile

non applicabile

Questa misura non si applicava a nessuno degli invii ricevuti. **Esce dal denominatore:** non viene mai conteggiata come un fallimento.

Ciò che la firma copre, non solo che sia valida: un algoritmo ammesso dalla RFC 8301, il corpo firmato per intero, le intestazioni From, Subject, Date e List-Unsubscribe firmate, una firma non scaduta alla ricezione. Non applicabile senza firma DKIM.

Cosa è stato misurato — 0 rispettate su 0

- ☐ Algoritmi di firma ammessi Non applicabile
- ☐ Corpo del messaggio firmato per intero Non applicabile
- ☐ Intestazioni essenziali firmate Non applicabile
- ☐ Firma valida alla ricezione Non applicabile

RFC6376-RFC8301 · PM-DELIV-006

Tecnico

Queste verifiche riguardano ciò che i client di posta fanno davvero del messaggio: troncamento, blocchi di stile rimossi, risorse mai caricate. Ogni soglia dice da dove viene: il comportamento documentato di un client di posta, una specifica o il nostro metodo.

Supporto per client (caniemail) ↗ (<https://www.caniemail.com/>) Metodo, famiglia Tecnica
meglio del 49% dei 580 brand misurati

Il calcolo · 71 pt su 85, riportati a 100

4 rispettati · 1 rispettato in parte · 1 non tenuto



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

HTML sotto la soglia di troncamento di Gmail☒ Rispettato

25 pts

HTML sotto la soglia di troncamento di Gmail su 6 messaggi transazionali

25 punti su 25 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando la parte HTML resta sotto i 102 KB. Oltre, Gmail taglia la fine del messaggio — e la fine sono la disiscrizione e le diciture obbligatorie.

Gmail · PM-TECH-001

Modello poco annidato

☒ Rispettato

20 pts

Modello poco annidato su 6 messaggi transazionali

20 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Rispettato quando le tabelle di impaginazione non si annidano oltre 6 livelli. Oltre, il motore di Word condiviso dagli Outlook desktop e i client divergenti rendono il modello ciascuno a modo proprio.

Cosa è stato misurato — 1 rispettata su 1

☒ Tabelle di impaginazione poco annidate su 6 messaggi transazionali Rispettato

Postmetry · PM-TECH-002

HTML ben formato

☐ Rispettato in parte

11/2/15 pts

Nessun doctype dichiarato su i 6 messaggi transazionali interessati (3 delle 4 misure rispettate)

11,2 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Come correggere

Gli errori di forma (tag non chiusi, attributi duplicati, annidamento table/div non valido) derivano da blocchi incollati tra editor o da modifiche a mano nel codice. Passare l'HTML in un validatore prima dell'invio e correggere alla fonte nel modello, non in ogni campagna.

Un HTML malformato viene visualizzato in modo diverso a seconda del client di posta, ed è la causa più comune di una visualizzazione rotta su Outlook o su mobile.

Un doctype, un set di caratteri dichiarato nel documento, tag bilanciati e identificativi unici. Ogni client ripara a modo suo un markup incompleto, ed è questo a rendere imprevedibile la visualizzazione. Le chiusure che l'HTML rende facoltative non contano.

Cosa è stato misurato — 3 rispettate su 4

☐ Nessun doctype dichiarato su i 6 messaggi transazionali interessati Non rispettato

☒ Set di caratteri dichiarato nell'HTML su 6 messaggi transazionali Rispettato

☒ Tag bilanciati su 6 messaggi transazionali Rispettato

☒ Identificativi unici su 6 messaggi transazionali Rispettato

WHATWG · PM-TECH-030

Ogni link porta da qualche parte

☐ Non rispettato

0/10 pts

Alcuni link non portano da nessuna parte su i 6 messaggi transazionali interessati

0 punti su 10 — rispettato su 0 di 6 messaggi transazionali interessati.

Come correggere

Ogni link ha una destinazione assoluta in https; niente href="#", href="", link relativi né mailto: senza indirizzo. I link vuoti derivano quasi sempre da un blocco copiato da un modello precedente o da un pulsante il cui URL non è stato compilato nell'editor.

Un link vuoto fa perdere il clic e tradisce un messaggio assemblato di fretta; la correzione sta nel rileggere l'elenco dei link prima dell'invio, che la maggior parte degli editor propone.

Rispettato quando nessun link è vuoto, ridotto a «#» o scritto come «javascript:». Un link simile non porta da nessuna parte, e la maggior parte dei client lo neutralizza. Non applicabile se il messaggio non contiene alcun link.

Postmetry · PM-TECH-031

Nessun foglio di stile remoto

■ Rispettato

10 pts

Nessun foglio di stile remoto su 6 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando il messaggio non richiama alcun foglio di stile esterno, né con «link» né con «@import». Diversi client non li caricano mai. Un foglio di font non conta: senza di esso, il testo usa il font di riserva.

caniemail · PM-TECH-020 · [<link> in un'email — supporto per client \(https://www.caniemail.com/features/html-link/\)](https://www.caniemail.com/features/html-link/)

Il messaggio rispetta la forma di un'email

■ Rispettato

5 pts

Il messaggio rispetta la forma di un'email su 6 messaggi transazionali

5 punti su 5 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Righe di 998 byte al massimo, Message-ID e Date leggibili, set di caratteri annunciato su ogni parte di testo, codifica di trasferimento coerente con il contenuto (RFC 5322, RFC 2045). La maggior parte dei server tollera questi scostamenti, ciascuno a modo suo.

Cosa è stato misurato — 5 rispettate su 5

- Righe di 998 byte al massimo su 6 messaggi transazionali Rispettato
- Message-ID ben formato su 6 messaggi transazionali Rispettato
- Data leggibile su 6 messaggi transazionali Rispettato
- Set di caratteri annunciato su ogni parte di testo su 6 messaggi transazionali Rispettato
- Codifica di trasferimento coerente su 6 messaggi transazionali Rispettato

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Esperienza



Quattro domande su cosa diventa il messaggio una volta ricevuto: resta comprensibile, il destinatario può ancora agire, un client può restituirlo, uno schermo mostrarlo. Il rilevamento automatico copre solo ciò che è dichiarato nel messaggio.

[WCAG 2.2](https://www.w3.org/TR/WCAG22/) ↗ (<https://www.w3.org/TR/WCAG22/>) [Metodo famiglia Esperienza](#)
meglio del 88% dei 580 brand misurati

Il calcolo · 78 pts su 100

4 rispettati · 2 rispettati in parte · 1 bonus



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Il messaggio si capisce senza le immagini, già dalla casella

 Rispettato in parte

125/25 pts

Preheader assente, troppo corto o troppo lungo su i 6 messaggi transazionali interessati (1 delle 2 misure rispettate)

12,5 punti su 25 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Come correggere

Un preheader da 40 a 130 caratteri, in testo reale, segue l'oggetto nella casella di posta; ogni immagine significativa ha un attributo alt che dice ciò che mostra; il messaggio principale è in testo, non dentro un'immagine. Nell'editor il preheader è un campo dedicato, e l'alt si compila immagine per immagine.

Metà dei lettori vede il messaggio senza immagini alla prima apertura. Un alt e un preheader costano un minuto per campagna.

Rispettato quando il messaggio conserva almeno 200 caratteri leggibili con le immagini bloccate, e un preheader da 40 a 130 caratteri lo annuncia nell'elenco dei messaggi. Senza preheader, la casella mostra al suo posto il primo testo del corpo — spesso «Visualizza nel browser».

Cosa è stato misurato — 1 rispettata su 2

-  Almeno 200 caratteri restano leggibili a immagini bloccate su 6 messaggi transazionali Rispettato
-  Preheader assente, troppo corto o troppo lungo su i 6 messaggi transazionali interessati Non rispettato

Postmetry · PM-EXP-001

Il messaggio resta restituibile fuori dall'HTML

 Rispettato

15 pts

Una versione testuale restituisce il messaggio su 6 messaggi transazionali

15 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Rispettato quando una versione testuale accompagna l'invio e ne riprende l'essenziale: almeno il 60% del testo e l'80% dei link. Un client che non mostra l'HTML ripiega su di essa; ridotta a «visualizza la versione web», non restituisce nulla.

Cosa è stato misurato — 3 rispettate su 3

-  Una versione in solo testo accompagna il messaggio su 6 messaggi transazionali Rispettato
-  La versione testuale riprende almeno il 60% del testo su 6 messaggi transazionali Rispettato
-  La versione testuale riprende almeno l'80% dei link su 6 messaggi transazionali Rispettato

Postmetry · PM-EXP-002

Tutti i link restano visibili a immagini bloccate

 Rispettato

15 pts

Tutti i link restano visibili a immagini bloccate su 6 messaggi transazionali

15 punti su 15 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando nessun link è portato da una sola immagine priva di testo alternativo: un link del genere non lascia nulla sullo schermo. Non applicabile se il messaggio non contiene alcun link.

Postmetry · PM-EXP-003

Aree cliccabili abbastanza grandi

 Rispettato

10 pts

Aree cliccabili di dimensione sufficiente su 6 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 6 di 6 messaggi transazionali interessati.

Rispettato quando nessuna area cliccabile con dimensioni dichiarate scende sotto i 24 px di lato (WCAG 2.2, criterio 2.5.8). Sono misurate solo le aree con una dimensione dichiarata; le eccezioni del

criterio — destinazione in una riga di testo, spaziatura sufficiente — non lo sono. Non applicabile se il messaggio non dichiara alcuna dimensione.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

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

Il messaggio resta leggibile con una tecnologia assistiva

☐ Rispettato in parte

10/20 pts

Il messaggio pone ostacoli alle tecnologie assistive — 2 delle 4 misure rispettate

10 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Come correggere

Quattro correzioni, tutte nel modello: dichiarare la lingua del messaggio sul tag <html> (lang="it" per un invio in italiano), descrivere ogni immagine di contenuto nel suo attributo alt, indicare le tabelle di impaginazione con role="presentation" e scrivere link che dicano dove portano invece di «clicca qui».

Il dettaglio del criterio indica quali mancano nei vostri invii; le altre sono già rispettate.

Un'immagine decorativa — filetto, spaziatore — conserva un alt=" " vuoto: è ciò che la fa tacere, non una dimenticanza.

Lingua dichiarata, immagini di contenuto descritte, tabelle di impaginazione segnalate come tali, testi dei link che dicono dove portano: ciò di cui uno screen reader ha bisogno per restituire il messaggio. Il dettaglio dice quale misura manca.

Cosa è stato misurato — 2 rispettate su 4

- ☐ Lingua del messaggio non dichiarata su i 6 messaggi transazionali interessati Non rispettato
- ☒ Ogni immagine di contenuto è descritta su 6 messaggi transazionali Rispettato
- ☐ Tabelle di impaginazione annunciate come tabelle di dati su i 6 messaggi transazionali interessati Non rispettato
- ☒ Ogni link dice dove porta su 6 messaggi transazionali Rispettato

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>)

Il messaggio dichiara il proprio adattamento agli schermi

☒ Rispettato

15 pts

Il messaggio dichiara il proprio adattamento agli schermi su 6 messaggi transazionali

15 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 6 messaggi transazionali.

Rispettato quando il messaggio dichiara la propria area di visualizzazione e il proprio adattamento alla larghezza dello schermo. Senza, sul telefono viene mostrato alla sua larghezza originale, e si legge ingrandendo e scorrendo di lato.

Cosa è stato misurato — 2 rispettate su 2

- ☒ Area di visualizzazione dichiarata su 6 messaggi transazionali Rispettato
- ☒ Adattamento alla larghezza dello schermo dichiarato su 6 messaggi transazionali Rispettato

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — il tag viewport (<https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/>)

Media Queries Level 4 (<https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/>)

Tema scuro dichiarato

☐ Punto bonus non acquisito

+0pts

Il messaggio non dichiara il proprio adattamento al tema scuro su i 6 messaggi transazionali interessati

0 punti su 5 — rispettato su 0 di 6 messaggi transazionali interessati.

Acquisito quando il messaggio dichiara `color-scheme` o una regola `prefers-color-scheme`. Nessuna norma lo richiede — i client che forzano il tema scuro invertono da soli i colori — ma dichiararlo lascia il controllo al modello anziché al client di posta.

caniemail · PM-EXP-027

Questo indirizzo invia davvero le email di Connox?

SPF superato · DKIM non valutato · DMARC superato · 6 transazionali

Su 6 messaggi transazionali di Connox ricevuti sui nostri indirizzi da agosto 2026:

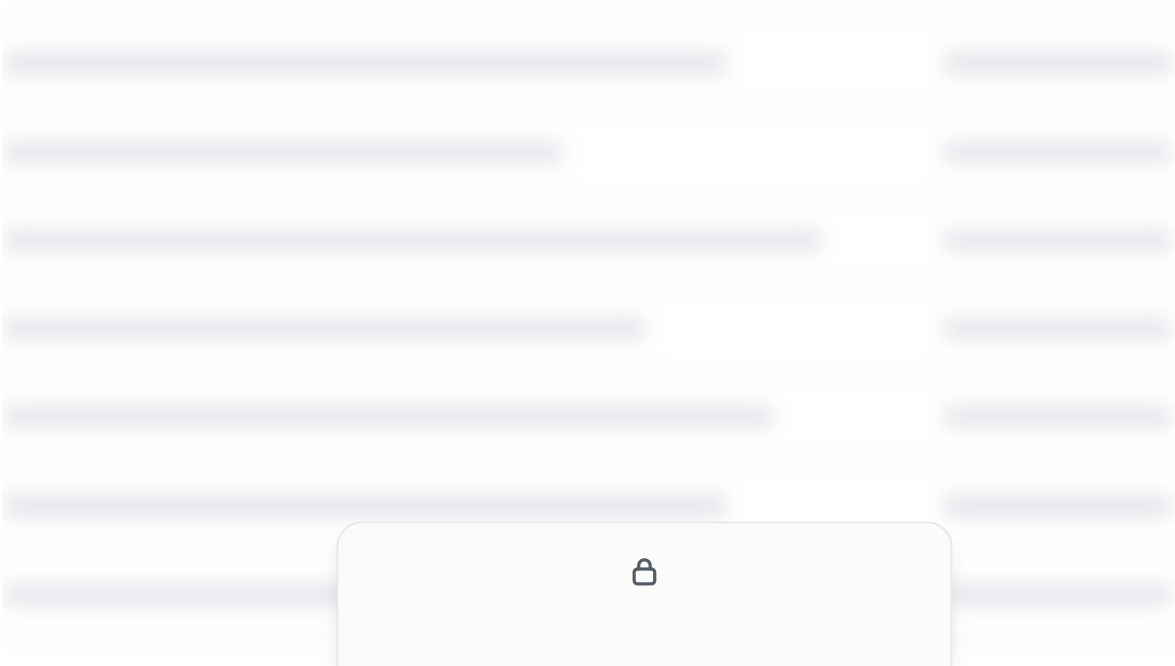
Campo Da (From)	shop@connox.fr · 4 su 6 shop@connox.de · 2 su 6
Esito alla ricezione	SPF superato · 6 su 6 DKIM non valutato · 6 su 6 DMARC superato · 6 su 6

L'esito è quello che il server di ricezione ha scritto nell'intestazione Authentication-Results all'arrivo del messaggio: viene letto, mai ricalcolato.

Queste constatazioni descrivono gli invii ricevuti sui nostri indirizzi. Non dicono nulla di un messaggio ricevuto altrove: il campo Da si scrive liberamente, e solo le intestazioni del messaggio ricevuto dicono da dove è passato.

Confronto settoriale

Casa e arredamento — 88 marchi di cui almeno una campagna è stata analizzata. Le percentuali qui sotto si calcolano su di essi, mai sul catalogo.



88 marchi analizzati in questo settore

Riservato alla versione Pro

Note di lettura

Come leggere questa pagina

- 01 **Un criterio non osservabile o non applicabile esce dal calcolo.** Resta in elenco, mai contato come zero: il suo peso esce dal denominatore invece di pesare come un fallimento.
- 02 Ogni riga descrive un **rilevato osservabile**, con l'es tratto che lo dimostra. Ness una qualificazione giuridica vi compare.
- 03 Le misure provengono da **analizzatori deterministici**: lo stesso messaggio dà sempre lo stesso risultato, e un rilievo contestato viene rifatto in modo identico a partire dall'archivio.
- 04 Ogni percentuale viene pubblicata **su base osservata**, e la indica: « 26 dei 30 marchi analizzati ». Un marchio di cui non è stato ricevuto alcun invio non entra in nessun denominatore.
- 05 La **recapitabilità è presa in prestito**: il suo verdetto proviene dal server che ha ricevuto il messaggio. Tutte le altre famiglie provengono dai nostri analizzatori.

Questa analisi vi dice qualcosa?

Esaminiamola insieme, in 20 minuti.

Riprendiamo con voi i 6 punti, la prova di ciascuno e l'ordine in cui correggerli. In videochiamata, senza impegno.

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

Ricevere i cambiamenti di Connex

Un'email quando un criterio cambia stato, nient'altro.

Lavorate per Connex?

Rivendicare il marchio: transazionali, avvisi, prova datata.

La versione Pro

Storico completo, prima e dopo, avvisi.

Questo rapporto si consulta anche online, con l'anteprima di ogni invio:

<https://postmetry.com/it/marque/connox/?kind=transactional>