postmetry

L

Cosa contiene
la newsletter di

Lepage

Mittente	hello@lepage.fr
Settore	Lusso
Invii letti	10 campagne, 2 transazionali
Periodo	Agosto 2026

Voto complessivo

A 91/100 | B | C | D | E | F

La constatazione principale

Preheader assente, troppo corto o troppo lungo misurato su 2 messaggi transazionali.

È il primo di 3 punti da correggere. Il voto più alto è recapitabilità (100/100), il più basso esperienza (68/100), meglio del 68% dei 566 marchi misurati.

Transazionale
2 messaggi

Agosto 2026 · calcolato il 25 ottobre

Conformità

92 /100

meglio del 94% dei 566 brand misurati

Recapitabilità

100 /100

meglio del 45% dei 565 brand misurati

Tecnico

100 /100

meglio del 74% dei 566 brand misurati

Esperienza

68 /100

meglio del 68% dei 566 brand misurati

3 punti da correggere

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

Da esaminare

Preheader assente, troppo corto o troppo lungo

Criterio «Il messaggio si capisce senza le immagini, già dalla casella» · Esperienza · misurato su 2 messaggi transazionali

−18,8 pt
su 25 in Esperienza

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.

Da esaminare

Il messaggio pone ostacoli alle tecnologie assistive

Criterio «Il messaggio resta leggibile con una tecnologia assistiva» · Esperienza · misurato su 2 messaggi transazionali

−10 pt
su 20 in Esperienza

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».

Secondario

Nessun link porta all'informativa sulla privacy

Criterio «Il messaggio dice chi scrive e secondo quali regole» · Conformità · misurato su 2 messaggi transazionali

−6,7 pt
su 20 in Conformità

Il piè di pagina del messaggio nomina il mittente (ragione sociale, indirizzo postale) e collega la sua informativa sulla privacy con un link diretto al sito, non a un dominio di tracciamento.

17 criteri rispettati, tra cui « Nessun pixel di tracciamento delle aperture » e « Firma DKIM convalidata ». 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.

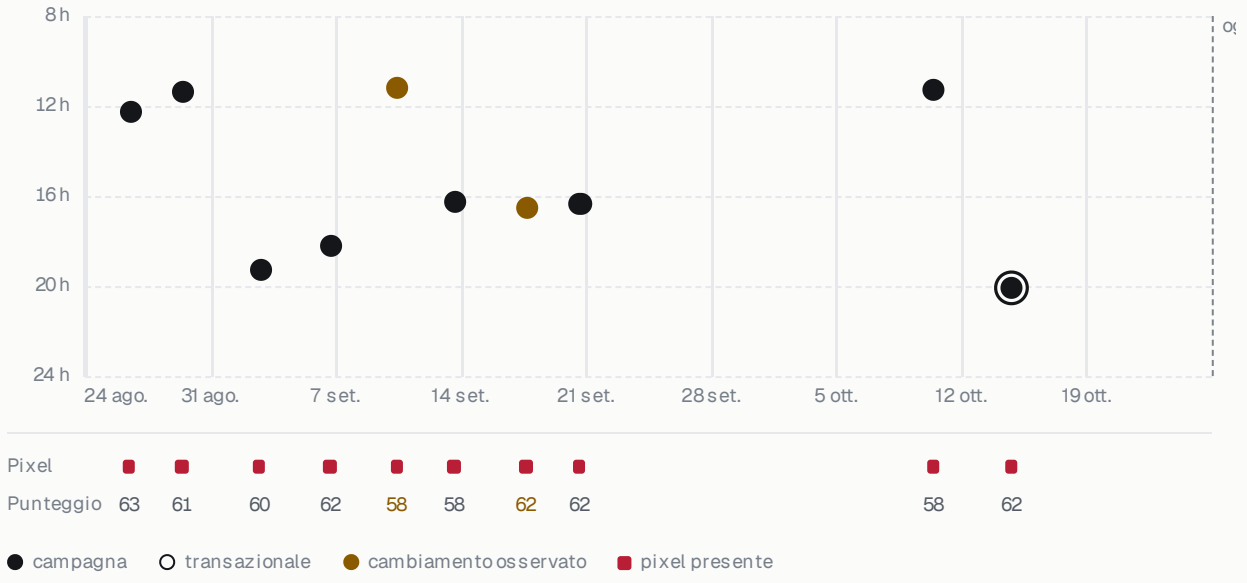
Lettura tecnica dell'invio del 08 agosto 2026 →

10
campagne in 7 settimane
circa una a settimana, da agosto a ottobre

Nessun giorno fisso
giorno di invio
il mercoledì in testa, 3 delle 10 campagne

11 h – 19 h
fascia di arrivo
8 delle 10 campagne

14 ott.
ultimo invio ricevuto
« Une sélection de nouveautés à découvrir ✨ »



Campagna 10 di 10

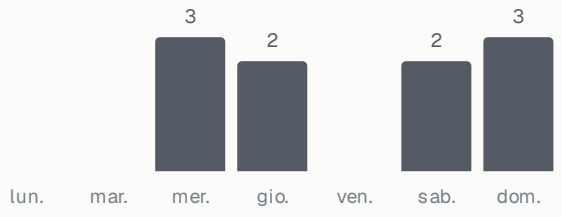
mercoledì 14 ott., 20:07

Une sélection de nouveautés à découvrir ✨

Tipo	Campagna di marketing
Punteggio	62 / 100
Pixel	Presente, rilevato dal suo dominio di misurazione

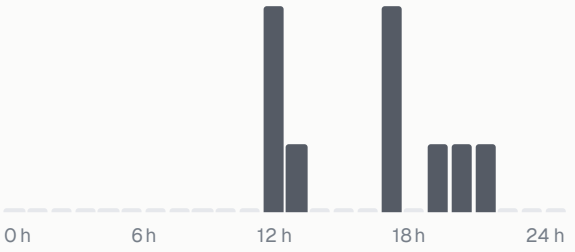
Il giorno di invio

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



L'ora di arrivo

Ora per ora, sulle 10 campagne.



2 cambiamenti osservati da agosto

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

10 set.	Il dettaglio di questo cambiamento, criterio per criterio, è riservato alla versione Pro. confermato dalla campagna successiva · il voto per invio passa da 63 a 58
17 set.	Il dettaglio di questo cambiamento, criterio per criterio, è riservato alla versione Pro. confermato dalla campagna successiva · il voto per invio passa da 58 a 62

Dettaglio dei criteri

I 24 criteri + 1 bonus

17 rispettati · **3** rispettati in parte · **0** non rispettati · **1** non osservabili · **3** non applicabili

92
su 100

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 94% dei 566 brand misurati

Il calcolo · 74 pt su 80, riportati a 100

3 rispettati · 1 rispettato in parte · 1 non osservabile · 1 non applicabile

35 · 20 · 15 · 10 · 20

Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Nessun pixel di tracciamento delle aperture — Rispettato

35 pts

Nessun pixel di tracciamento delle aperture su 2 messaggi transazionali

35 punti su 35 — rispettato su 2 di 2 messaggi transazionali interessati.

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.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

Il destinatario mantiene il controllo del tracciamento — Non osservabile

escluso dal calcolo

Il destinatario mantiene il controllo del tracciamento — nessun invio interessato

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

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 — 0 rispettate su 0

- Link di disiscrizione non tracciato — nessun invio interessato · Non osservabile

- 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 in parte

13,3/20 pts

Nessun link porta all'informativa sulla privacy su i 2 messaggi transazionali interessati (2 delle 3 misure rispettate)

13,3 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 messaggi transazionali.

Come correggere

Il piè di pagina del messaggio nomina il mittente (ragione sociale, indirizzo postale) e collega la sua informativa sulla privacy con un link diretto al sito, non a un dominio di tracciamento. Queste diciture si inseriscono una volta nel modello di base e si ritrovano in tutti gli invii.

Nulla da perdere: queste righe esistono già sul sito, basta riprenderle.

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 mostrarne.

Cosa è stato misurato — 2 rispettate su 3

- Il messaggio nomina il proprio mittente su 2 messaggi transazionali Rispettato
- È possibile rispondere al messaggio su 2 messaggi transazionali Rispettato
- Nessun link porta all'informativa sulla privacy su i 2 messaggi transazionali interessati Non 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 2 messaggi transazionali

15 punti su 15 — rispettato su 2 di 2 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 2 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 2 di 2 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

100
su 100

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 45% dei 565 brand misurati

Il calcolo · 70 pt su 70, riportati a 100 — 5 rispettati · 1 non applicabile

20	20	15	10	5

Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Firma DKIM convalidata — Rispettato — 20 pts

Firma DKIM valida su 2 messaggi transazionali

20 punti su 20 — rispettato su 2 di 2 messaggi transazionali interessati.

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

Allineamento DMARC convalidato — Rispettato — 20 pts

Allineamento DMARC verificato su 2 messaggi transazionali

20 punti su 20 — rispettato su 2 di 2 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)

Politica DMARC che contribuisce a respingere alcune usurpazioni — Rispettato — 15 pts

Politica DMARC attiva su 2 messaggi transazionali

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

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

Nessun errore SPF — Rispettato — 10 pts

Nessun errore SPF su 2 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 2 di 2 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.

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)

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.

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

Una firma DKIM che copre l'essenziale — Rispettato — 5 pts

La firma DKIM copre l'essenziale del messaggio su 2 messaggi transazionali

5 punti su 5 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 messaggi transazionali.

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 — 3 rispettate su 3

- Algoritmo di firma ammesso su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Corpo firmato per intero su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Intestazioni essenziali firmate su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Firma valida alla ricezione — Non applicabile

RFC 6376 · RFC 8301 · PM-DELIV-006

Tecnico

100
su 100

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 74% dei 566 brand misurati

Il calcolo · 85 pt su 85, riportati a 100 — 6 rispettati

25	20	15	10	10	5

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 2 messaggi transazionali

25 punti su 25 — rispettato su 2 di 2 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 2 messaggi transazionali

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

Postmetry · PM-TECH-002

HTML ben formato ■ Rispettato

15 pts

HTML ben formato su 2 messaggi transazionali

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

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 — 4 rispettate su 4

- Doctype dichiarato su 2 messaggi transazionali Rispettato
- Set di caratteri dichiarato nell'HTML su 2 messaggi transazionali Rispettato
- Tag bilanciati su 2 messaggi transazionali Rispettato
- Identificativi unici su 2 messaggi transazionali Rispettato

WHATWG · PM-TECH-030

Ogni link porta da qualche parte ■ Rispettato

10 pts

Ogni link porta da qualche parte su 2 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 2 di 2 messaggi transazionali interessati.

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 2 messaggi transazionali

10 punti su 10 — rispettato su 2 di 2 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/)

Il messaggio rispetta la forma di un'email — Rispettato — 5 pts

Il messaggio rispetta la forma di un'email su 2 messaggi transazionali

5 punti su 5 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 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 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Message-ID ben formato su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Data leggibile su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Set di caratteri annunciato su ogni parte di testo su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Codifica di trasferimento coerente su 2 messaggi transazionali — Rispettato

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010

Esperienza

68 su 100

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/) Metodo, famiglia Esperienza

meglio del 68% dei 566 brand misurati

Il calcolo · 61 pt su 90, riportati a 100 — 3 rispettati · 2 rispettati in parte · 1 non applicabile · 1 bonus

25	15	15	20	15

Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Il messaggio si capisce senza le immagini, già dalla casella — Rispettato in parte — 6,2/25 pts

Il messaggio si legge male senza le immagini o non si annuncia nella casella — nessuna delle 2 misure è rispettata

6,2 punti su 25 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 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 — 0 rispettate su 2

- Meno di 200 caratteri restano leggibili a immagini bloccate (1 dei 2 messaggi transazionali interessati) — Rispettato in parte

- Preheader assente, troppo corto o troppo lungo su i 2 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 2 messaggi transazionali

15 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 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 2 messaggi transazionali Rispettato
- La versione testuale riprende almeno il 60% del testo su 2 messaggi transazionali Rispettato
- La versione testuale riprende almeno l'80% dei link su 2 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 2 messaggi transazionali

15 punti su 15 — rispettato su 2 di 2 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 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 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 2 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 2 messaggi transazionali interessati — Non rispettato
- Ogni immagine di contenuto è descritta su 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Tabelle di impaginazione annunciate come tabelle di dati su i 2 messaggi transazionali interessati — Non rispettato
- Ogni link dice dove porta su 2 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 2 messaggi transazionali

15 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 2 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 2 messaggi transazionali — Rispettato
- Adattamento alla larghezza dello schermo dichiarato su 2 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 — +0 pts

Il messaggio non dichiara il proprio adattamento al tema scuro su i 2 messaggi transazionali interessati

0 punti su 5 — rispettato su 0 di 2 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

Confronto settoriale

Lusso — 71 marchi di cui almeno una campagna è stata analizzata. Le percentuali qui sotto si calcolano su di essi, mai sul catalogo.

71 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 **rilievo osservabile**, con l'estratto che lo dimostra. Nessuna 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 3 punti, la prova di ciascuno e l'ordine in cui correggerli. In videochiamata, senza impegno.

Ricevere i cambiamenti di Lepage

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

Lavorate per Lepage?

Rivendicare il marchio: transazionali, avvisi, prova datata.

La versione Pro

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

Storico completo, prima e dopo, avvisi.

Questo rapporto si consulta anche online, con l'anteprima di ogni invio:
https://postmetry.com/it/marque/lepage/?kind=transactional