



Cosa contiene
la newsletter di
Veepee

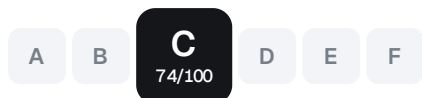
Mittente newsletter@news.veepee.fr

Settore Generalista

Invii letti 81 campagne, 1 transazionale

Periodo Agos to 2026

 Voto complessivo



La constatazione principale

**È presente un pixel
di tracciamento
delle aperture
su 1 messaggio
transazionale.**

È il primo di 5 punti da correggere. Il voto più alto è recapitabilità (100/100), il più basso conformità (50/100), meglio del 78% dei 580 marchi misurati.

Transazionale
1 messaggio

Agos to 2026 · calcolato il 31 ottobre

Conformità

50_{/100}



meglio del 78% dei 580 brand misurati

Recapitabilità

100_{/100}



meglio del 45% dei 579 brand misurati

Tecnico

88_{/100}



meglio del 54% dei 580 brand misurati

Esperienza

65_{/100}



meglio del 63% dei 580 brand misurati

5 punti da correggere

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

Prioritario	È presente un pixel di tracciamento delle aperture Criterio «Nessun pixel di tracciamento delle aperture» · Conformità · su 1 messaggio transazionale Il tracciamento delle aperture si disattiva nelle impostazioni di tracciamento, a livello di campagna o di account.	-35 pt su 35 in Conformità
Prioritario	Il messaggio pone ostacoli alle tecnologie assistive Criterio «Il messaggio resta leggibile con una tecnologia assistiva» · Esperienza · misurato su 1 messaggio transazionale 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».	-20 pt su 20 in Esperienza
Da esaminare	Nessun percorso non tracciato porta al sito Criterio «Un percorso non tracciato porta al sito» · Conformità · su 1 messaggio transazionale Almeno un link del messaggio punta direttamente al dominio del marchio, senza passare dal dominio di reindirizzamento della piattaforma: il logo, le note legali o l'informativa sulla privacy vanno bene.	-15 pt su 15 in Conformità
Da esaminare	Nessuna versione in solo testo accompagna il messaggio Criterio «Il messaggio resta restituibile fuori dall'HTML» · Esperienza · misurato su 1 messaggio transazionale	-15 pt su 15 in Esperienza
Da esaminare	Alcuni link non portano da nessuna parte Criterio «Ogni link porta da qualche parte» · Tecnico · su 1 messaggio transazionale	-10 pt su 10 in Tecnico

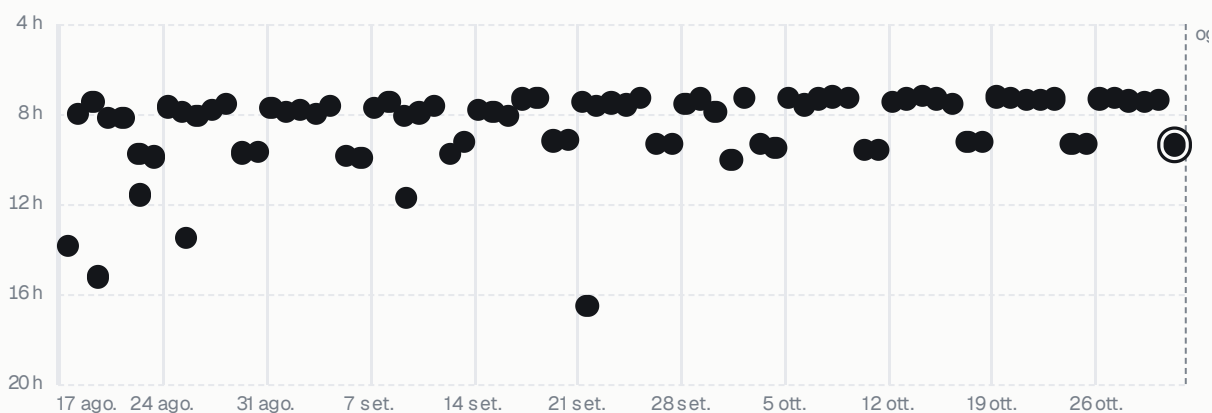
17 criteri rispettati, tra cui « Il destinatario mantiene il controllo del tracciamento » e « Firma DKIM convalidata ». Sono elencati nella loro famiglia, qui sotto.

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 16 agosto 2026 →

81 campagne in 11 settimane circa 74 a settimana, da agosto a ottobre	7 giorni su 7 tutti i giorni della settimana da 10 a 13 campagne secondo il giorno
7 h ora di invio preferita il 59% delle campagne arriva tra le 7 e le 8	31 ott. ultimo invio ricevuto « Aujourd'hui : On Running, Nn.07, Nike et Jordan Kids et 22 a... »



Pixel

Punteggio

● campagna ○ transazionale ● cambiamento osservato ■ pixel presente

Campagna 81 di 81

sabato 31 ott, 9:22

Aujourd'hui : On Running, Nn.07, Nike et Jordan Kids et 22 autres ventes sur Veepee

Tipo Campagna di marketing

Punteggio analisi in corso

Pixel —

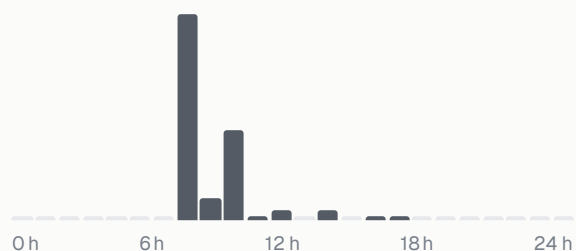
Il giorno di invio

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



L'ora di arrivo

Ora per ora, sulle 81 campagne.



Nessun cambiamento osservato da agosto

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

Dettaglio dei criteri

I 24 criteri + 1 bonus

■ 17 rispettati

■ 0 rispettati in parte

■ 5 non rispettati

■ 0 non osservabili

■ 2 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 78% dei 580 brand misurati

Il calcolo · 50 pts su 100

3 rispettati · 2 non tenuti · 1 non applicabile



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Nessun pixel di tracciamento delle aperture ☒ Non rispettato

0/35 pts

Pixel di tracciamento delle aperture rilevato su l'unico messaggio transazionale interessato

0 punti su 35 — rispettato su 0 di 1 messaggio transazionale interessato.

Come correggere

Il tracciamento delle aperture si disattiva nelle impostazioni di tracciamento, a livello di campagna o di account. Cerchi «tracciamento delle aperture» o «open tracking».

Disattivarlo fa perdere il tasso di apertura — una misura già ampiamente falsata dalle protezioni dei clienti di posta, che precaricano le immagini — e non cambia nulla al tasso di clic.

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 ☒ Rispettato

20 pts

Il destinatario mantiene il controllo del tracciamento su un solo messaggio transazionale

20 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

Due misure: il link di disiscrizione passa da un tracciante, 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 — 2 rispettate su 2

☒ Link di disiscrizione non tracciato su un solo messaggio transazionale Rispettato

- Un percorso distinto porta a un centro preferenze o al rifiuto del tracciamento su un solo messaggio transazionale Rispettato

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 un solo messaggio transazionale

20 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 — 3 rispettate su 3

- Il messaggio nomina il proprio mittente su un solo messaggio transazionale Rispettato
- È possibile rispondere al messaggio su un solo messaggio transazionale Rispettato
- Un link porta all'informativa sulla privacy su un solo messaggio transazionale Rispettato

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

Un percorso non tracciato porta al sito

■ Non rispettato

0/15 pts

Tutti i link verso il sito passano da un tracciante su l'unico messaggio transazionale interessato

0 punti su 15 — rispettato su 0 di 1 messaggio transazionale interessato.

Il destinatario che vuole semplicemente visitare il sito non ha altra scelta che passare dal contatore di clic.

Come correggere

Almeno un link del messaggio punta direttamente al dominio del marchio, senza passare dal dominio di reindirizzamento della piattaforma: il logo, le note legali o l'informativa sulla privacy vanno bene. Nell'editor si fa link per link («non tracciare questo link», «disable click tracking») o con un elenco di esclusione nelle impostazioni dell'account.

Un link non tracciato non conta nei clic misurati; scegliere il logo o il piè di pagina non toglie nulla ai clic che contano.

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 un solo messaggio transazionale

10 punti su 10 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 45% dei 579 brand misurati

Il calcolo · 70 pt su 70, riportati a 100

5 rispettati · 1 non applicabile



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Firma DKIM convalidata

☒ Rispettato

20 pts

Firma DKIM valida su un solo messaggio transazionale

20 punti su 20 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

20 punti su 20 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

15 punti su 15 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

10 punti su 10 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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☒ Rispettato

5 pts

La firma DKIM copre l'essenziale del messaggio su un solo messaggio transazionale

5 punti su 5 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☒ Corpo firmato per intero su un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☒ Intestazioni essenziali firmate su un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☐ Firma valida alla ricezione Non applicabile

RFC6376·RFC8301 · PM-DELIV-006

Tecnico

Queste verifiche riguardano ciò che i clienti 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 cliente di posta, una specifica o il nostro metodo.

[Supporto per client \(caniemail\)](#) ↗ (<https://www.caniemail.com/>) [Metodo famiglia Tecnica](#)

meglio del 54% dei 580 brand misurati

Il calcolo · 75 pt su 85, riportati a 100

5 rispettati · 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 un solo messaggio transazionale

25 punti su 25 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

20 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 un solo messaggio transazionale Rispettato

Postmetry · PM-TECH-002

HTML ben formato

☒ Rispettato

15 pts

HTML ben formato su un solo messaggio transazionale

15 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☒ Set di caratteri dichiarato nell'HTML su un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☒ Tag bilanciati su un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☒ Identificativi unici su un solo messaggio transazionale Rispettato

WHATWG · PM-TECH-030

Ogni link porta da qualche parte

☐ Non rispettato

0/10 pts

Alcuni link non portano da nessuna parte su l'unico messaggio transazionale interessato

0 punti su 10 — rispettato su 0 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

10 punti su 10 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

5 punti su 5 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 un solo messaggio transazionale Rispettato
- Message-ID ben formato su un solo messaggio transazionale Rispettato
- Data leggibile su un solo messaggio transazionale Rispettato
- Set di caratteri annunciato su ogni parte di testo su un solo messaggio transazionale Rispettato
- Codifica di trasferimento coerente su un solo messaggio transazionale 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/>) Metodo, famiglia Esperienza

meglio del 63% dei 580 brand misurati

Il calcolo · 65 pts su 100

4 rispettati · 2 non tenuti · 1 bonus



Peso di ciascun criterio nel punteggio.

Il messaggio si capisce senza le immagini, già dalla casella

■ Rispettato

25 pts

Il messaggio si legge senza le immagini e si annuncia nella casella su un solo messaggio transazionale

25 punti su 25 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 — 2 rispettate su 2

- Almeno 200 caratteri restano leggibili a immagini bloccate su un solo messaggio transazionale Rispettato
- Preheader da 40 a 130 caratteri su un solo messaggio transazionale Rispettato

Postmetry · PM-EXP-001

Il messaggio resta restituibile fuori dall'HTML

☐ Non rispettato

0/15 pts

Nessuna versione in solo testo accompagna il messaggio su l'unico messaggio transazionale interessato (0 delle 1 misure rispettate)

0 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

Come correggere

La versione testuale (text/plain) accompagna l'HTML e riporta il contenuto e i link, non solo una frase «apri questo messaggio nel browser». Le piattaforme la generano dall'HTML se l'opzione è attiva («genera la versione testuale», «auto-generate plain text»).

È la versione che leggono gli orologi, gli screen reader e alcuni client professionali; la usano anche i filtri antispam, che confrontano le due versioni.

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 — 0 rispettate su 1

- ☐ Nessuna versione in solo testo accompagna il messaggio su l'unico messaggio transazionale interessato Non rispettato
- ☐ La versione testuale riprende il testo del messaggio Non applicabile
- ☐ La versione testuale riprende i link del messaggio Non applicabile

Postmetry · PM-EXP-002

Tutti i link restano visibili a immagini bloccate

☒ Rispettato

15 pts

Tutti i link restano visibili a immagini bloccate su un solo messaggio transazionale

15 punti su 15 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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 un solo messaggio transazionale

10 punti su 10 — rispettato su 1 di 1 messaggio transazionale interessato.

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

☐ Non rispettato

0/20 pts

Il messaggio pone ostacoli alle tecnologie assistive — nessuna delle 4 misure è rispettata

0 punti su 20 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 — 0 rispettate su 4

- ☐ Lingua del messaggio non dichiarata su l'unico messaggio transazionale interessato Non rispettato
- ☐ Alcune immagini di contenuto non sono descritte su l'unico messaggio transazionale interessato Non rispettato
- ☐ Tabelle di impaginazione annunciate come tabelle di dati su l'unico messaggio transazionale interessato Non rispettato
- ☐ Alcuni link non dicono dove portano su l'unico messaggio transazionale interessato Non rispettato

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005

[HTML Standard — The lang and xml:lang attributes \(https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes\)](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)

Il messaggio dichiara il proprio adattamento agli schermi

☒ Rispettato

15 pts

Il messaggio dichiara il proprio adattamento agli schermi su un solo messaggio transazionale

15 punti su 15 — percentuale delle osservazioni rispettate su 1 messaggio transazionale.

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 un solo messaggio transazionale Rispettato
- ☒ Adattamento alla larghezza dello schermo dichiarato su un solo messaggio transazionale Rispettato

W3C · PM-EXP-026 · [CSS Device Adaptation — il tag 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/)

Tema scuro dichiarato

☐ Punto bonus non acquisito

+0 pts

Il messaggio non dichiara il proprio adattamento al tema scuro su l'unico messaggio transazionale interessato

0 punti su 5 — rispettato su 0 di 1 messaggio transazionale interessato.

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.

Questo indirizzo invia davvero le email di Veepee?

DKIM d=news.veepee.fr · SPF superato · DKIM superato · DMARC superato · 1 transazionale

Su 1 messaggio transazionale di Veepee ricevuto sui nostri indirizzi, a agosto 2026:

Campo Da (From)	newsletter@news.veepee.fr · 1 su 1
-----------------	------------------------------------

Dominio di firma DKIM (d=)	news.veepee.fr · 1 su 1
----------------------------	-------------------------

Esito alla ricezione	SPF superato · 1 su 1 DKIM superato · 1 su 1 DMARC superato · 1 su 1
----------------------	--

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

Generalista — 17 marchi di cui almeno una campagna è stata analizzata. Le percentuali qui sotto si calcolano su di essi, mai sul catalogo.



17 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'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 5 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 Veepee

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

Lavorate per Veepee?

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/veepee/?kind=transactional>