

Utiliser des pixels de suivi dans les courriers électroniques



© 2026 Les Echos Publishing

Personnaliser la communication en fonction de l'intérêt des utilisateurs, mesurer l'audience, améliorer la bonne réception des courriels... Les pixels dans les courriels présentent de nombreux intérêts et sont de plus en plus utilisés. Problème : cette méthode de traçage, qui prend la forme d'une très petite image (1 pixel par 1 pixel) intégrée dans un site web ou dans un courriel, est invisible pour l'utilisateur. Aussi, la CNIL a-t-elle souhaité apporter des recommandations pour que les utilisateurs comprennent bien leurs obligations et respectent les droits des personnes concernées.

Le consentement ou non du destinataire

Ainsi, certaines utilisations nécessitent le consentement du destinataire. C'est le cas, par exemple, lorsque l'analyse du taux d'ouverture des courriels vise à optimiser les performances des campagnes en personnalisant le contenu des messages ou en adaptant la fréquence d'envoi ou le canal de communication (courriel, SMS, notification push, etc.). Si, en revanche, la pratique des pixels permet d'améliorer la sécurité en participant à l'authentification de l'utilisateur, le consentement du destinataire n'est pas nécessaire.

La CNIL précise également les modalités pratiques de recueil du consentement et indique comment la preuve de ce consentement doit être préservée.

Pour consulter les recommandations de la Cnil : www.cnil.fr

© 2026 Les Echos Publishing