

Pixels de suivi dans les emails : ce que change la recommandation CNIL



01 · Comprendre la recommandation CNIL

La recommandation CNIL vient encadrer 3 enjeux clés autour des pixels email :

Rôles des acteurs

Consentement requis
ou exempté

Modalités de recueil, retrait et
preuve

CADRE JURIDIQUE

• 2009

Directive
ePrivacy révisée

• 2011

Transposition
FR · LIL art. 82

• 2020

Délibération CNIL
cookies web

• 2024

CEPD couvre
les pixels email

• APR. 2026

**Recommandation
CNIL · pixels email**

CE QUE LA CNIL VEUT ENCADRER



Dès qu'un pixel **lit ou inscrit une information** sur le terminal au-delà du strict nécessaire,
le consentement de la personne est requis, comme pour un cookie.
Tout dépend alors de la finalité du traitement.

02 · Consentement : requis ou exempté ?

FINALITÉS SOUMISES À CONSENTEMENT	FINALITÉS EXEMPTÉES
 Performance des campagnes Analyse du taux d'ouverture pour mesurer et optimiser les campagnes. Personnalisation contenu, fréquence, canal.	 Sécurité / authentification Mesures participant à l'authentification de l'utilisateur Ex. CNIL : email code d'auth. vérifié sur terminal connu. Pas de base légale requise.
 Profils & ciblage cross-canal Création de profils pour cibler dans d'autres contextes (web, appli, SMS...). Sites web, applications mobiles, autres canaux	 Délivrabilité strictement nécessaire Mesure individuelle limitée à : • Nettoyage des inactifs • Canal alternatif de contact • Preuve d'obligation légale d'information
 Détection de fraude Ouvertures inhabituelles indiquant un comportement automatisé. Jeux-concours, tentatives d'exfiltration...	CONDITIONS CUMULATIVES Date seule (sans heure) · Emails transac. ou consentis
 Délivrabilité hors exemption Mesure individuelle du taux d'ouverture hors des cas strictement nécessaires. Toute délivrabilité non listée comme exemptée.	 Emails transactionnels Message déclenché par un acte utilisateur, informatif ou fonctionnel. Bienvenue · commande · MDP · RDV · paiement...

03 · Les 4 critères d'un consentement valide

Libre Choix sans contrainte. Pas de pré-cochage.	Spécifique Par finalité distincte. Granularité par défaut.	Éclairé Portée comprise. Email et terminaux précisés.	Univoque Acte positif clair. Email non ouvert = refus.
---	---	--	--

04 · Votre plan d'action en 5 étapes

01

Audit · Cartographier vos pixels email

Identifier tous les pixels, les acteurs impliqués (ESP, fournisseur de tracking) et la finalité de chaque traitement. Documenter dans votre registre.

02

Analyse · Qualifier chaque traitement

Pour chaque finalité : consentement requis ou exemption applicable ?
Vérifier que les emails transactionnels répondent bien à la définition CNIL.

03

Recueil · Mettre en place le recueil de consentement

Informers (adresse email, types de terminaux, finalités). Proposer un opt-in clair, un retrait simple, et conserver la preuve du consentement.

04

Contrats · Encadrer contractuellement vos prestataires

Vérifier les DPA avec l'ESP (sous-traitant) et le fournisseur de tracking.
Pour les locations de listes : clarifier la qualification de responsable conjoint.

05

Preuve · Démontrer la conformité en continu

Conserver les preuves (qui, quand, comment, pour quelle finalité).
Être en mesure de répondre à une demande CNIL à tout moment (art. 7.1 RGPD).

05 · En pratique, ça donne quoi ?

Use Case

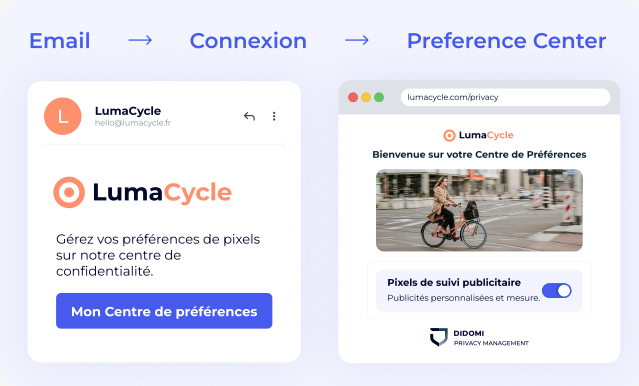
Prenons le cas de LumaCycle, boutique e-bike fictive utilisant la CMP Didomi.

Reconfirmer le consentement de la base existante

VARIANTE 1 Sur votre site - lumacycle.fr

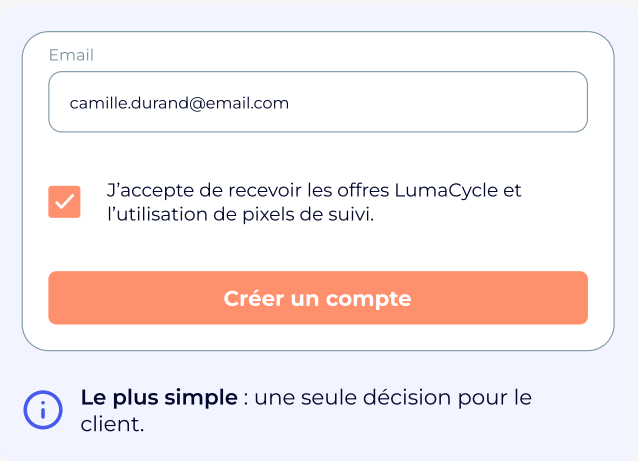


VARIANTE 2 Hébergé par Didomi



Collecter le consentement à l'inscription

VARIANTE 1 Groupé : une seule case

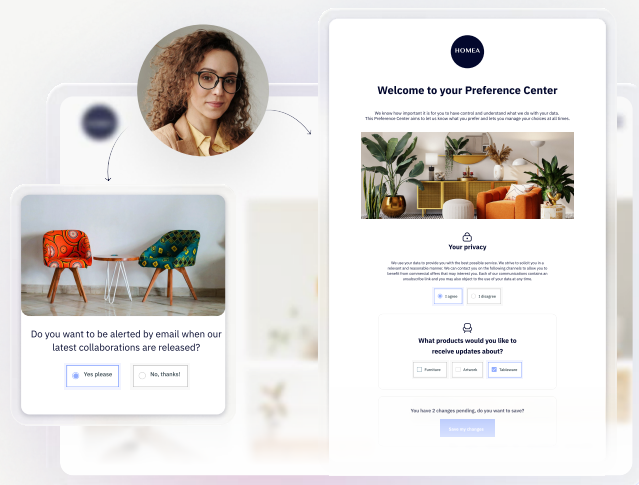


VARIANTE 2 Séparé : deux cases

Recommandé



Avec la Preference Management Platform de Didomi, vos clients peuvent gérer leurs choix à tout moment



Granulaire par finalité

Les pixels ont leur propre bouton : accordez ou retirez sans toucher au reste.



Preuve enregistrée automatiquement

Chaque changement est enregistré par Didomi : une preuve prête pour l'audit.



Synchronisé partout

Le dernier choix de l'utilisateur s'applique à votre site, votre app et vos campagnes.

Faites de chaque pixel un pixel consenti

Découvrez comment Didomi peut vous accompagner.

[Demander une démo](#)