



→ Parcours d'un email

→ Données retour (feedbackloop, open, click ...) Ces flux retour de données ne sont pas actifs chez tous les routeurs d'email.

Point marquant :

1) Quand les emails arrivent devant la porte des serveurs de mails, le temps de passer la porte dépend de la réputation, appelé **sender score** (sur 100). Si la réputation est trop mauvaise il peut y avoir blocage (pic de taux de bounce sur le domaine par exemple). Cette réputation dépend des % de bounces envoyés sur le total d'envoi, le traitement des feedbackloop (bouton spam, certains FAI ne donnent pas cette info (Gmail, wanadoo ...), désabo, adresse d'envoi sécurisée (DKIM,SPF ...), et d'autres critères.

2) Une fois la porte passée, les emails passent dans un algo anti spam (règles de gestion, chaque FAI a son algo), cette partie est une boîte noire. Avec l'expérience une partie des règles est connue (pas de rose, pas de vocabulaire médicale ou pornographique, pas de répétition de \$\$\$, €€€, 80% d'image pour 20% de texte maximum etc ...), respecter les best practice. A la sortie de l'algo, les email s vont en spam ou inbox. L'algo donne un score appelé **spam score**, à partir de 4 cela devient problématique. Plus cette indicateur est proche de 0 voir négatif mieux c'est.

Il n'est pas possible de savoir le nombre réel d'inbox-spam. C'est grâce à une liste de piège que l'on a une probabilité de ce qui se passe.

Les adresses sont bonnes, la réputation est bonne et le contenu, objet, adresse expéditeur respectent les bests practices , tout devrait bien se passer.

Si la réputation ou les algos anti spam considèrent l'adresse comme spammeur ou début de spammeur, cela engendre une inertie, le problème reste durant une période (1 à 3 mois).