DÉLIVRABILITÉ EMAIL

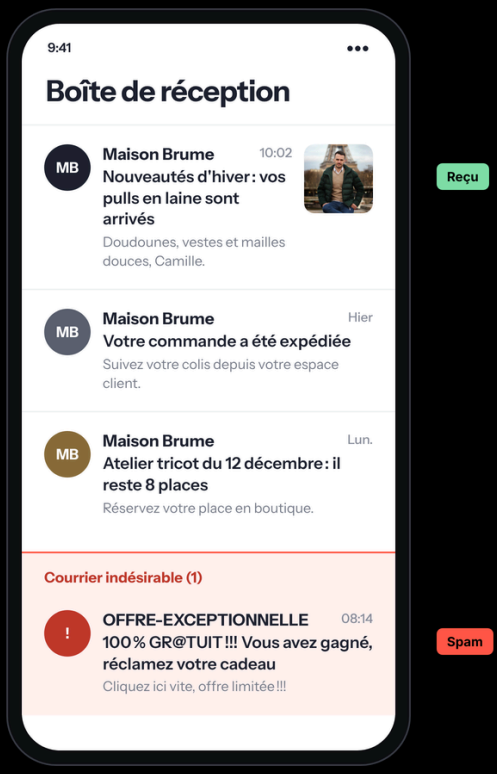
La checklist anti-spam

Les spamwords à éviter dans vos emails, ce que les filtres vérifient avant eux, et ce qu'il faut contrôler avant chaque campagne.

Boîte de réception ou spam

Même boîte mail, deux destinations

L'email attendu, sobre et authentifié, arrive avec les autres messages de la boutique. Celui qui cumule majuscules, gratuité et faux gain finit dans les courriers indésirables.



170+
spamwords classés par risque

12
objets d'email réécrits

9
points à cocher

Sommaire

01 **Les spamwords par famille**
Dix familles, plus de 170 formulations — 03

02 **12 objets d'email réécrits**
Avant, après, et ce qui change — 08

03 **Zones et secteurs**
Où le mot pèse, et quand il reste légitime — 10

04 **Ce que vérifient les filtres**
Critères, exigences de Gmail et Yahoo — 12

05 **La checklist**
9 points à cocher avant et après l'envoi — 13

Comment lire les niveaux de risque

Élevé
À bannir de l'objet et du nom d'expéditeur, à remplacer dans le corps de l'email.

Moyen
Acceptable dans le corps si le contexte le justifie, jamais en série.

Faible
Légitime dans un email attendu, à ne pas répéter.

Cette grille reflète notre lecture : aucune messagerie ne publie la sienne.

Trois règles à retenir

1
Un spamword isolé pèse peu : ce sont les signaux cumulés qui font grimper le spam score.

2
L'authentification du domaine, la qualité de la liste et les plaintes comptent avant les mots.

3
Un objet décrit ce que contient l'email. Une date, un produit ou un résultat remplacent la pression.

01 Les spamwords par famille

Dix familles, un niveau de risque par formulation et ce qu'il vaut mieux écrire à la place.

01 Argent et promesses financières

34 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Argent facile, argent rapide, gagner de l'argent	Élevé	Le bénéfice concret : « Économisez sur vos frais de livraison »
Revenus supplémentaires, revenus passifs, complément de revenu	Élevé	Ce que votre offre permet réellement de faire
Doublez vos revenus, multipliez vos gains, devenez riche	Élevé	Un résultat précis et sourcé, ou rien
Cash, espèces, virement immédiat	Élevé	Le moyen de paiement réel, nommé sobrement
Prêt rapide, crédit immédiat, sans justificatif, rachat de crédit	Élevé	Le nom exact du produit et ses conditions
Rendement garanti, placement sans risque, investissement sûr	Élevé	Les caractéristiques du produit, risques compris
Bitcoin, cryptomonnaie, trading, gains en crypto	Élevé	À réserver aux contenus d'information que l'abonné a demandés
Retour sur investissement garanti, ROI assuré	Moyen	« Comment mesurer le retour de votre campagne »
Meilleur prix, prix cassé, prix imbattable, moins cher que partout	Moyen	Le prix et la réduction exacts
Satisfait ou remboursé, remboursement intégral	Faible	La garantie dans le corps de l'email, avec ses conditions
Carte bancaire, coordonnées bancaires, IBAN	Élevé	Un lien vers votre espace client, sans demander d'information dans l'email

02 Urgence et pression commerciale

22 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Urgent, important, prioritaire, action requise	Élevé	À réserver aux alertes que le destinataire attend
Agissez maintenant, n'attendez plus, ne ratez pas ça	Élevé	Le verbe de l'action réelle : « Découvrir la collection »
Dernière chance, ultime rappel, plus que quelques heures	Moyen	La date précise : « Offre valable jusqu'au 30 novembre »
Offre limitée, quantités limitées, stock limité	Moyen	Ce qui limite vraiment l'offre : « 50 places pour l'atelier du 12 décembre »
Commandez maintenant, achetez maintenant, inscrivez-vous maintenant	Moyen	« Voir les nouveautés », « Réserver ma place »
Cliquez ici, cliquez vite, cliquez ci-dessous	Moyen	Un texte de lien qui dit où il mène : « Lire le guide »
Expire aujourd'hui, se termine ce soir, J-1	Faible	Une seule relance de fin d'offre, datée

03 Gains, concours et loteries

16 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Vous avez gagné, félicitations, heureux gagnant	Élevé	Le nom du jeu-concours et la façon dont le gagnant a été désigné
Vous avez été sélectionné, tiré au sort parmi nos clients	Élevé	« Résultats du jeu-concours de Noël »
Réclamez votre prix, récupérez votre lot	Élevé	Les modalités de remise, dans le corps de l'email
Loterie, jackpot, casino, paris	Élevé	Le nom précis du jeu, s'il est réellement le sujet
Cadeau gratuit, bon d'achat offert, 1 000 € à gagner	Moyen	La dotation dans le corps de l'email, avec le lien vers le règlement
Tentez votre chance, participez gratuitement	Moyen	« Participez au jeu-concours jusqu'au 15 décembre »

04 Gratuité et absence de risque

14 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
100 % gratuit, totalement gratuit, GRATUIT !!!	Élevé	« Gratuit » une seule fois, sans majuscules
Sans risque, aucun risque, zéro risque	Moyen	Ce qui protège réellement le client : retour, essai, résiliation
Aucun frais caché, aucune obligation, rien à payer	Moyen	Les conditions précises, dans le corps de l'email
Garantie à vie, résultats garantis	Moyen	La durée et le périmètre réels de la garantie
Gratuit, offert, sans engagement	Faible	Une seule mention, avec les conditions

05 Santé et bien-être

15 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Perte de poids rapide, maigrir sans effort, minceur garantie	Élevé	Le bénéfice réel du produit, sans promesse chiffrée
Remède miracle, guérison naturelle, anti-âge miracle	Élevé	Une description factuelle du produit
Pharmacie en ligne, sans ordonnance, médicament pas cher, pilule	Élevé	Le nom exact du produit ou du service
Cliniquement prouvé, efficacité prouvée (sans source)	Moyen	La source de l'étude, ou un avis client vérifié
Détox, brûle-graisses, booster d'énergie	Moyen	L'usage réel du produit

06 Sécurité, compte et hameçonnage

13 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Vérifiez votre compte, confirmez vos informations	Élevé	Pour un vrai email transactionnel, envoyé juste après l'inscription : « Confirmez votre adresse pour activer votre compte »
Votre compte sera suspendu, accès bloqué, dernier avertissement	Élevé	Jamais dans un email marketing
Mettez à jour vos informations de paiement, mot de passe	Élevé	Un lien vers l'espace client, sans champ à remplir
Colis en attente, frais de livraison à régler	Élevé	Le numéro de commande réel et le lien vers le suivi
Activité inhabituelle, connexion suspecte	Moyen	Réservé aux emails de sécurité, jamais en campagne
Facture impayée, paiement en attente	Moyen	Le numéro de facture, le montant et l'émetteur

07 Fausse familiarité et fausse transparence

14 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Re:, TR:, Réponse à votre demande (sans échange préalable)	Élevé	Un objet qui décrit le contenu
Ceci n'est pas un spam, ce n'est pas une arnaque, 100 % légal	Élevé	Rien : votre identité et votre contenu suffisent
Confidentiel, secret, ne le dites à personne	Élevé	Une vraie exclusivité, expliquée : « Réservé aux membres du programme fidélité »
Cher ami, chère amie, cher client	Moyen	Le prénom, ou « Bonjour » simplement
Message personnel, rien que pour vous	Moyen	Une personnalisation réelle : produit consulté, ville, dernier achat

08 Prospection B2B

13 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Augmentez vos ventes de 300 %, triplez votre chiffre d'affaires	Élevé	Un cas client publié, avec son chiffre et sa source
Leads garantis, prospects qualifiés garantis	Élevé	La méthode, décrite simplement
Fichier d'emails, base de données à vendre, liste d'adresses	Élevé	Aucun équivalent : n'achetez ni ne vendez de fichiers
Opportunité unique, offre exceptionnelle	Moyen	La raison précise de votre message
Partenariat exclusif, proposition commerciale (en premier contact)	Moyen	« Une question sur vos relances de devis »
Juste un petit suivi, je me permets de vous relancer	Faible	Une relance unique, qui apporte une information nouvelle

09 Anglicismes et spamwords anglais

17 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Free, 100% free, free gift	Élevé	« Offert », une seule fois
Winner, congratulations, you have been selected	Élevé	Le nom du jeu-concours en français
Make money, extra income, work from home	Élevé	Ce que fait réellement votre offre
Act now, order now, limited time	Moyen	La date précise, en français
Click here, click below	Moyen	Un texte de lien descriptif
Best price, cheap, discount	Moyen	Le prix et la réduction exacts

10 Mise en forme et techniques de contournement

18 formulations

SPAMWORD OU PRATIQUE	RISQUE	À ÉCRIRE OU FAIRE PLUTÔT
Objet ÉCRIT EN MAJUSCULES	Élevé	Une majuscule en début de phrase et sur les noms propres
Mots déformés : gr@tuit, fr33, G.R.A.T.U.I.T, cr3dit	Élevé	Le mot normal, ou une autre formulation
Points d'exclamation en série !!!	Élevé	Un seul point d'exclamation, s'il apporte quelque chose
Texte caché : blanc sur blanc, taille minuscule	Élevé	Aucun texte caché
Liens raccourcis ou masqués, adresse affichée différente de la destination	Élevé	Des liens vers votre domaine, avec une adresse lisible
Emojis qui imitent un badge à côté du nom d'expéditeur	Élevé	Un nom d'expéditeur sobre et constant
Symboles monétaires répétés dans l'objet (€€€, $$$)	Moyen	Le prix dans le corps de l'email
Email composé d'une seule image	Moyen	Du vrai texte, des images en complément
Pièces jointes compressées ou exécutables	Moyen	Un lien vers une page de téléchargement
Texte coloré en rouge vif, polices géantes	Faible	La charte graphique habituelle de vos emails

02 12 objets d'email réécrits

La règle commune : l'objet décrit ce que le destinataire trouvera en ouvrant l'email.

E-COMMERCE, SOLDES

AVANT
« SOLDES !!! -70 % SUR TOUT, DERNIÈRE CHANCE »

APRÈS
« Soldes d'hiver : jusqu'à -50 % sur les manteaux, jusqu'au 3 février »

Majuscules et superlatif retirés, offre et date réelles

E-COMMERCE, LIVRAISON

AVANT
« 100 % GRATUIT : livraison offerte, agissez vite ! »

APRÈS
« La livraison est offerte jusqu'à dimanche »

Une seule mention de la gratuité, une limite précise

PANIER ABANDONNÉ

AVANT
« URGENT : votre panier va expirer !!! »

APRÈS
« Votre pull en laine vous attend toujours »

Fausse urgence remplacée par le produit consulté

NEWSLETTER

AVANT
« Ne ratez pas ça !!! Les infos exclusives à lire absolument »

APRÈS
« Ce mois-ci : trois recettes de saison et nos nouveautés »

L'objet annonce le contenu réel

JEU-CONCOURS

AVANT
« Félicitations, vous avez gagné !!! Réclamez votre cadeau »

APRÈS
« Jeu-concours de Noël : les gagnants sont connus »

Plus de faux gain individuel, le jeu est nommé

SAAS, ESSAI

AVANT
« ESSAI GRATUIT SANS RISQUE, aucune carte bancaire !!! »

APRÈS
« Votre essai de 30 jours commence aujourd'hui »

Un email attendu après l'inscription, sans promesse

PROSPECTION B2B

AVANT
« Opportunité unique : triplez votre chiffre d'affaires »

APRÈS
« Une question sur vos relances de devis »

Promesse chiffrée remplacée par la raison du contact

RELANCE B2B

AVANT
« Re : notre échange (sans échange préalable) »

APRÈS
« Suite à votre téléchargement du guide de la délivrabilité »

Faux fil supprimé, contexte réel rappelé

BANQUE, CRÉDIT

AVANT
« Crédit immédiat sans justificatif, réponse en 1 minute »

APRÈS
« Votre simulation de prêt immobilier est prête »

Un email lié à une demande du client, sans promesse

ASSOCIATION

AVANT
« URGENT : votre don peut sauver des vies MAINTENANT »

APRÈS
« Ce que vos dons ont permis cet hiver »

Pression remplacée par le résultat de l'action

ÉVÉNEMENT

AVANT
« Dernière chance !!! Plus que quelques places »

APRÈS
« Atelier du 12 décembre : il reste 8 places »

Le nombre de places et la date remplacent l'urgence

EMOJI DANS L'OBJET

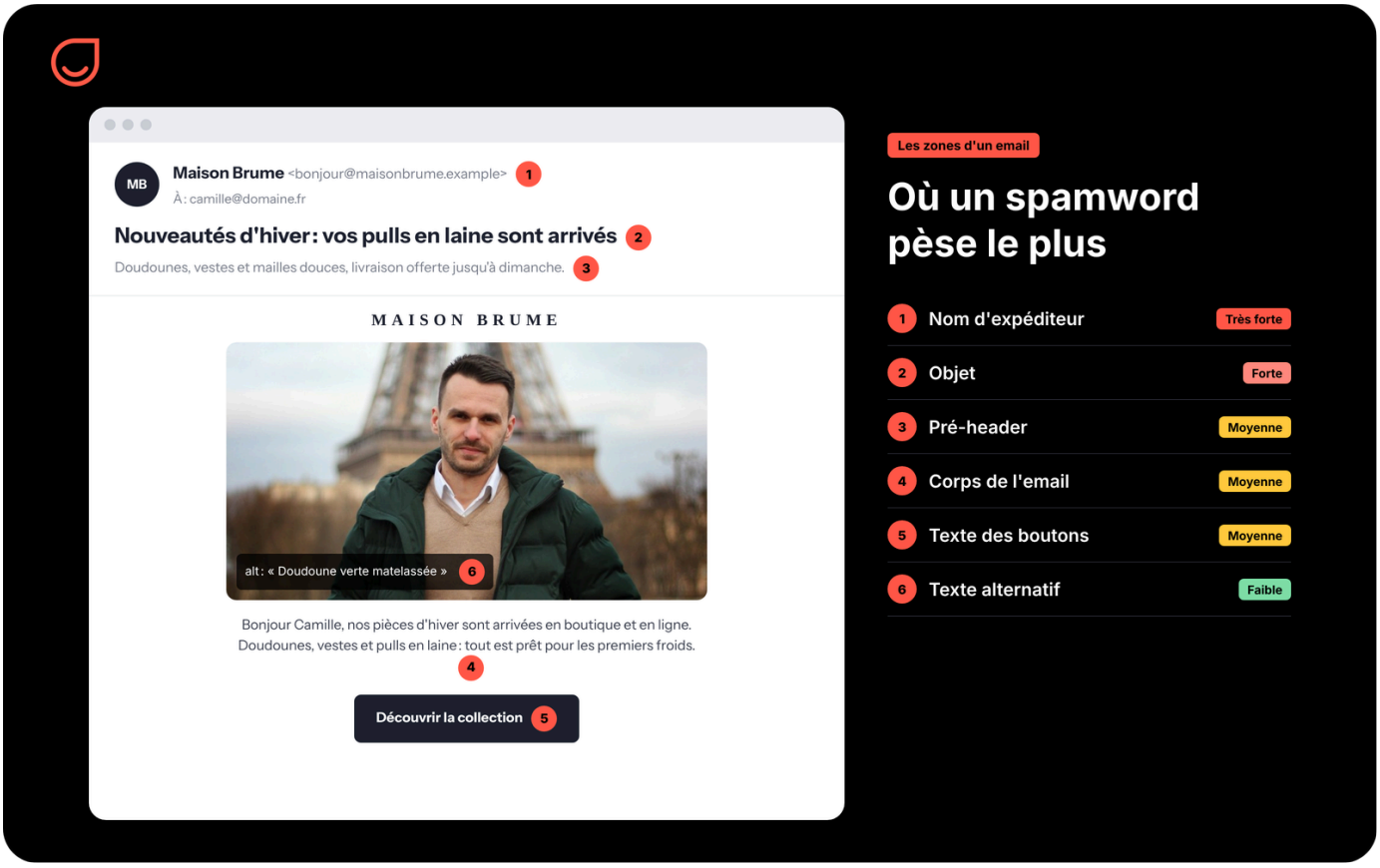
AVANT
« ✅ Compte vérifié 🔒 Action requise »

APRÈS
« 🎄 Nos idées cadeaux à moins de 30 € »

L'emoji illustre le thème au lieu d'imiter une vérification

03 Où le mot apparaît

Un même mot ne pèse pas pareil dans le nom d'expéditeur et dans le corps de l'email.



Zone	Sensibilité	À éviter	Le bon réflexe
Nom d'expéditeur	**Très forte**	Un message ou un objet à la place du nom, « Urgent », des emojis qui imitent un badge	Le nom de votre marque, identique à chaque envoi
Objet	**Forte**	Majuscules, points d'exclamation en série, faux « Re : », plusieurs spamwords cumulés	Décrire ce que contient l'email
Adresse et domaine des liens	**Forte**	Raccourcisseurs, domaines sans rapport avec l'expéditeur	Des liens vers votre domaine
Pré-header	**Moyenne**	Répéter l'objet en plus insistant, laisser « Voir la version en ligne »	Prolonger l'objet avec une information utile
Corps de l'email	**Moyenne**	Cumul de promesses, texte caché, email réduit à une image	Un texte réel, des images en complément
Texte des liens et boutons	**Moyenne**	« Cliquez ici », « Cliquez vite »	Un texte qui dit où mène le lien
Texte alternatif des images	**Faible**	Une liste de mots promotionnels	Décrire l'image

03 Les mots légitimes selon votre secteur

Ce qui alerte dans une prospection à froid passe bien mieux dans une newsletter que vos clients attendent.

E-commerce

Gratuit · offert · soldes · promo · -50 % · livraison offerte

Dans des emails envoyés à vos clients inscrits, avec la date réelle et la réduction exacte, sans majuscules

Banque, assurance, crédit

Crédit · prêt · taux · remboursement · compte

Dans des emails liés à une demande du client, avec le nom du produit, sans « immédiat » ni « sans justificatif »

Santé, pharmacie, bien-être

Traitement · médicament · minceur · détox

Une description factuelle, aucune promesse de résultat

SaaS et logiciels

Essai gratuit · sans engagement · sans carte bancaire

Une seule mention, les conditions dans le corps de l'email

Associations

Don · urgence · aider · sauver

Dans un appel attendu par vos donateurs, avec ce que l'action a réellement permis

Jeux et loisirs

Gagnant · concours · tirage au sort

Le nom du jeu, la date du tirage et le lien vers le règlement

Événementiel

Dernière chance · places limitées

Le nombre de places réel et la date de l'événement

Le test le plus simple

Si un destinataire lit votre objet sans connaître votre marque, peut-il vous prendre pour un spammeur ? Si oui, reformulez.

04 Ce que les filtres regardent avant vos mots

Le contenu passe en dernier. Avant lui : qui vous êtes, et ce que vos destinataires pensent de vous.

Critère	Ce que le filtre vérifie	Comment le contrôler
Authentification du domaine	SPF, DKIM et DMARC prouvent que l'email vient de votre domaine	En-têtes d'un email de test (mentions « pass »)
Réputation du domaine et de l'IP	Historique d'envoi du domaine et de l'adresse IP	Google Postmaster Tools, listes de blocage publiques
Taux de plaintes	Part des destinataires qui signalent l'email comme spam	Postmaster Tools : sous 0,3 %, idéalement sous 0,10 %
Qualité de la liste	Adresses invalides, rebonds, pièges à spam	Taux de rebond, nettoyage régulier des inactifs
Engagement	Clics, réponses, emails sortis du dossier spam	Les clics plutôt que les ouvertures
Désabonnement	Lien visible, désabonnement en un clic dans l'en-tête	Test du lien à chaque nouveau modèle
Contenu	Spamwords cumulés, mise en forme agressive, liens trompeurs	Un outil de test anti-spam avant l'envoi

Gmail

- Tous les expéditeurs, depuis le 1er février 2024 : SPF ou DKIM, taux de spam sous 0,3 %
- Plus de 5 000 messages par jour : SPF, DKIM et DMARC, domaine « De » aligné
- Désabonnement en un clic et lien visible

Yahoo

- Taux de spam sous 0,3 %
- Désabonnement en un clic, via l'en-tête List-Unsubscribe

Sources : Google, « Consignes pour les expéditeurs de messages », Aide Gmail ; Yahoo Sender Hub, « Sender Best Practices ». Consultées en novembre 2026.

Le saviez-vous ?

Google indique ne pas surveiller les taux d'ouverture. Pour savoir si vos emails arrivent, suivez vos clics, vos plaintes et vos rebonds.

05 À cocher avant chaque campagne

Imprimez cette page et gardez-la près de votre écran.

CAMPAGNE	DATE D'ENVOI	RESPONSABLE

Avant l'envoi

- [ ] 01 **Objet et nom d'expéditeur lus à voix haute**
  Ni majuscules, ni points d'exclamation en série, ni promesse intenable.
- [ ] 02 **Spamwords repérés**
  Un ou deux dans le corps si le contexte les justifie, aucun cumul dans l'objet.
- [ ] 03 **Email passé dans un outil de test anti-spam**
  Spam score, authentification, liens et mise en forme vérifiés.
- [ ] 04 **Email reçu sur plusieurs messageries**
  Dossier de réception et en-têtes SPF, DKIM et DMARC contrôlés.
- [ ] 05 **Lien de désabonnement testé**
  Visible dans le corps et fonctionnel en un clic.
- [ ] 06 **Liens vérifiés**
  Adresses lisibles, sur votre domaine, sans raccourcisseur.

Après l'envoi

- [ ] 07 **Plaintes**
  À surveiller dans Postmaster Tools, sous 0,3 %.
- [ ] 08 **Rebonds**
  Adresses invalides retirées de la liste.
- [ ] 09 **Clics par messagerie**
  Une chute sur une messagerie précise signale un problème de placement.

Notes

DÉLIVRABILITÉ EMAIL

Envoyez vos campagnes emailing avec Positive User

Authentification de votre domaine d'envoi (SPF, DKIM et DMARC), options d'IP dédiée et surveillance de votre réputation d'expéditeur en temps réel. Nettoyage des listes à l'import, segmentation et statistiques de clics et de rebonds, dans une seule plateforme emailing.

Essayer Positive User | Lire l'article complet | Le guide de la délivrabilité

Authentification

Vérifier SPF, DKIM et DMARC sur un email de test

Ouvrez les détails ou l'original d'un email de test reçu dans votre messagerie. Trois mentions « PASS » confirment que votre domaine d'envoi est authentifié.

