

Fiche conseil. 15

À quoi servent les pixels de suivi ?

Les pixels de suivi (« tracking pixels ») sont des images invisibles intégrées dans les emails. Lorsqu'un message est ouvert, ils transmettent automatiquement certaines informations à l'expéditeur ou à son prestataire.

Ils peuvent notamment collecter :

- ouverture du message ;
- date et heure de lecture ;
- type d'appareil ;
- adresse IP ;
- localisation approximative ;
- données techniques de messagerie.

Les pixels permettent de mesurer l'efficacité des campagnes d'emailing, d'améliorer la délivrabilité, d'identifier les destinataires inactifs, de personnaliser les communications ou encore de sécuriser certaines opérations.

Risques

1. Collecte de données sans information suffisante
2. Utilisation sans consentement valide
3. Atteinte à la vie privée
4. Profilage non conforme
5. Conservation excessive des données
6. Difficulté à démontrer le consentement
7. Risques CNIL et réputationnels
8. Manque d'encadrement des prestataires

Que dit le RGPD ?

La CNIL considère les pixels de suivi comme des **traceurs** soumis à l'[article 82](#) de la loi Informatique et Libertés (directive ePrivacy).

Les destinataires doivent être informés :

- des finalités du suivi ;
- des données collectées ;
- des modalités d'opposition ;
- du retrait du consentement.

Fiche conseil. 15

À quoi servent les pixels de suivi ? (suite)

Que dit le RGPD ? (suite)

Principe : le consentement préalable est obligatoire lorsque les pixels servent notamment :

- au profilage ou au ciblage marketing ;
- à la personnalisation ;
- à l'analyse individuelle des comportements ;
- au choix du canal ou à l'adaptation des campagnes.

Une exemption est admise lorsque les pixels sont strictement nécessaires :

- à la sécurité ;
- à l'authentification ;
- à la gestion technique des envois ;
- à certains emails transactionnels (facture, confirmation, sécurité, support, réinitialisation de mot de passe).

La CNIL rappelle que **le consentement aux pixels est distinct du consentement à recevoir les emails.**

Qui est responsable ?

L'organisation qui décide de l'envoi des emails reste responsable de traitement, même en présence d'un prestataire.

Les plateformes emailing et solutions de tracking peuvent être sous-traitantes ou, dans certains cas, co-responsables lorsqu'elles exploitent les données pour leurs propres finalités.

Bonnes pratiques

- Informer clairement les destinataires ;
- Prévoir une case ou un mécanisme distinct de consentement ;
- Recueillir un consentement libre, éclairé et spécifique ;
- Permettre un retrait simple et immédiat ;
- Conserver une preuve du consentement (qui, quand, comment, finalité) ;
- Encadrer contractuellement les prestataires ;
- Limiter les données collectées au strict nécessaire ;
- Désactiver les suivis individuels en l'absence de conformité complète ;

Délais CNIL

- Nouvelles collectes : application depuis le **14 avril 2026** ;
- Adresses déjà collectées : mise en conformité attendue avant le **14 juillet 2026**.