

# Les outils anti-spam sacrifieraient 17% des e-mails

Tous les fournisseurs d'accès à Internet ont mis en place des systèmes de filtres sur leurs serveurs d'email, afin de lutter contre le spam. L'efficacité de ces services varie selon les FAI (ISP).

Return Path, société spécialisée dans le marketing Internet, a fait l'acquisition du service Mailbox Monitor, un outil de mesure de l'efficacité des campagnes d'emailing, et vient de publier les résultats de ses analyses au premier semestre.

## **Jusqu'à 46% d'emails bloqués**

Sur le marché américain, les principaux fournisseurs d'accès ont été testés. Le pourcentage d'emails bloqués varie fortement de l'un à l'autre, de 1% à 46% !

Les sociétés de marketing par email se plaignent d'ailleurs régulièrement que les filtres anti-spam sont particulièrement agressifs vis-à-vis de leurs campagnes légitimes.

AOL, par exemple, qui a fait de la lutte contre le spam l'un de ses principaux arguments pour fidéliser ses abonnés, bloquerait 25% des emails. 4% pour Yahoo!, 10% pour MSN, et 7% pour Earthlink, le troisième FAI américain et premier à s'être lancé dans la lutte contre le spam.

## **Les 'marketers' en première ligne**

Les professionnels de l'emailing sont les premiers touchés par les débordements de la lutte contre le spam. Les catalogues sont plus particulièrement visés, 40% de leurs emails ne parviendraient pas à leurs destinataires ! Quant aux entreprises et associations, 10% de leurs mails ne seraient jamais délivrés?

Au final, selon Return Path, 17% des emails légitimes seraient bloqués par les fournisseurs d'accès !