Règles pour optimiser un email responsive

1) **Tableaux en pourcentage** (sauf exception pour raison de design ; largeur conseillée 600px)

2) **Pour les images** (rappel qui sont rarement chargée)

- Evitez de mettre du texte important à l'intérieur

- Utiliser du style dans l'attribut alt de la balise img pour design le texte de remplacement, liens compris

- mettre une couleur de fond

- possibilité d'utiliser une image de fond avec couleur de fond avec du dans la balise table ou td

3) Utiliser une **typo de base** de 15px minimum (pour lisibilité sur les mobiles)

4) Utilisez autant que possible le **style directement dans les balises html**

5**) pour outlook**

- n'utiliser que les règles CSS prise en compte (voir fichier joint)

ex: lignes horizontale et verticales avec la règle de style *border* appliquée à un tableau

- Eviter le colonage : pas de responsive possible à ce jour)

Pour des besoins spécifiques : possibilité d »afficher du html uniquement pour ce client avec les balises conditionnelles

<!--[if mso]>

Code html

<![endif]-->

**Conseil**:   
il est préférable de travailler le design en fonction des possibilités réduite d’outlook qui est très utilisé dans le secteur tertiaire et malheureusement par beaucoup de PME.  
En revanche, si la cible de l’emailing concerne un panel « hig tech, artistique ou professionnels medias … passez au chapitre suivant

6) **Pour les autres clients email**

- On peut faire ce qu'on veut avec les **medias queries**

(Voir fichier joint)

- 1 colonne

- des couleurs à la place des images :

utiliser le style background et une couleur de fond dans les tableaux et colonnes. Le background servira aux autres clients email mais ne s'affichera pas dans outlook

Ex: <table style=’background :url()  #000000;’>

- Soyez toujours en veille concernant les évolutions surtout concernant outlook !

Et prise de marché et utilisateurs des clients email