

M E D I A C O M 8 7

Export Google

Flux produits pour Google Merchant Center

Module PrestaShop • Compatible PrestaShop 1.6.0.4 à 9.x • PHP 5.6 à 8.3+

Documentation utilisateur - © 2008-2026 Mediacom87

Sommaire

1. Présentation et prérequis

2. Installation

3. Configurer vos pays, langues, devises et transporteurs

4. Choisir les produits exportés et mapper les catégories Google

5. Les options du flux

6. Libellés personnalisés pour Google Ads

7. Générer vos flux et déclarer les URL dans Merchant Center

8. Automatiser avec le CRON

9. Sécuriser vos flux

10. Le flux de promotions

11. L'onglet Diagnostic

12. Résoudre les problèmes courants

13. Licence et support

Comment lire ce document Les noms entre guillemets correspondent aux libellés affichés dans le module. Les onglets sont listés dans la colonne de gauche de la page de configuration. Les procédures sont numérotées : suivez-les dans l'ordre.

1. Présentation et prérequis

1.1 Ce que fait le module

Export Google construit les flux produits attendus par Google Merchant Center à partir de votre catalogue PrestaShop. Il génère un flux par couple pays et langue, et les tient à jour automatiquement par CRON.

Prix, taxes, transporteurs, catégories et attributs facultatifs se configurent pays par pays. Chaque couple pays-langue dispose de son propre fichier XML et de sa propre URL de CRON.

1.2 Couverture géographique

- **71 pays** : ceux où Google Shopping est officiellement disponible.
- Chaque pays reçoit la taxonomie produits Google de sa propre locale.
- Un même pays peut porter plusieurs langues. Exemples : Belgique en français, néerlandais et allemand ; Suisse en français, allemand et italien.
- Seuls les pays où Google Shopping opère réellement sont proposés. Déclarer un flux pour un pays que Google ne dessert pas conduirait à un refus dans Merchant Center.

1.3 Compatibilité

Élément	Supporté
PrestaShop	1.6.0.4 à 9.x, ThirtyBees inclus
PHP	5.6 à 8.3 et versions ultérieures
Multiboutique	Oui. Configuration, flux et URL de CRON par boutique
Langues de l'interface	18 : allemand, anglais, bulgare, danois, espagnol, estonien, finnois, français, grec, hongrois, italien, japonais, néerlandais, polonais, portugais, roumain, slovaque, suédois

Le module détecte votre version de PrestaShop automatiquement et adapte ses gabarits et ses scripts.

1.4 Prérequis

- Un compte **Google Merchant Center**. Ce module produit et publie les flux ; la configuration du compte Merchant Center lui-même reste de votre ressort.
- Les devises et les transporteurs que vous comptez associer à vos pays doivent être actifs dans votre configuration PrestaShop.

- Les langues souhaitées doivent être installées et actives dans *International > Localisation > Langues*.
- Un moyen de déclencher une tâche planifiée : crontab du serveur, panneau d'hébergement ou service de webCron.

1.5 Les onglets du module

La configuration est organisée en 14 onglets.

Onglet	Rôle
Pays	Pays cibles, puis par pays : langue(s), devise, transporteur, taxes
Configuration	Contenu du flux, images, nom de fichier, sécurité, compression, lot d'export
Éléments facultatifs	Attributs additionnels envoyés à Google (GTIN, marque, poids, frais de port, UTM)
Attributs de l'étiquette personnalisée	Libellés personnalisés 0 à 4 pour Google Ads
Catégories	Inclusion ou exclusion des catégories, association à la taxonomie Google
Flux	Génération manuelle, URL à fournir à Google, téléchargement, renouvellement de clé
Cron	URL et commandes prêtes à copier pour automatiser la génération
Promotions	Flux séparé pour les bons de réduction
Diagnostic	Audit des images, rapport de qualité du flux, index de base de données
FAQ	42 questions réparties en 9 thèmes, toutes les réponses visibles sans dépliage
Informations et soutien	Version, compatibilité, bouton Contact
Licence	Enregistrement et état de la licence Mediacom87
Politique de sécurité	Engagements de sécurité du module
Changelog	Historique des versions, traduit

Bon à savoir Les onglets **Flux** et **Cron** n'apparaissent qu'une fois au moins un pays configuré et enregistré. L'onglet **Attributs de l'étiquette personnalisée** n'apparaît que si votre boutique possède au moins une caractéristique produit.

2. Installation

2.1 Installer le module

1. Dans votre back-office, ouvrez **Modules**.
2. Cliquez sur **Importer un module** (ou **Ajouter un nouveau module** selon votre version de PrestaShop).
3. Sélectionnez l'archive ZIP du module, puis lancez le téléversement.
4. Cliquez sur **Installer**.
5. Cliquez sur **Configurer** pour ouvrir la page du module.

2.2 Ce que l'installation fait, et ne fait pas

Important

- **Aucune table native PrestaShop n'est modifiée.** Le module crée ses propres tables.
- **Aucun appel à un service tiers depuis le back-office.** La bibliothèque de tableaux est embarquée dans le module : le back-office fonctionne sans accès Internet et rien n'est demandé à un tiers.
- Un fichier `.htaccess` est écrit dans le répertoire d'export du module pour interdire le listing du répertoire et bloquer l'accès aux flux en cours d'écriture.

2.3 Le parcours de configuration en bref

1. Onglet **Pays** : cochez vos pays, réglez langue, devise, transporteur et taxes, puis enregistrez.
2. Onglet **Configuration** : choisissez le contenu et le format du flux, activez la protection d'URL et la compression si besoin.
3. Onglet **Éléments facultatifs** : activez les attributs additionnels utiles à votre catalogue.
4. Onglet **Catégories** : excluez les catégories à ne pas exporter et associez la taxonomie Google.
5. Onglet **Flux** : générez un premier flux et relevez son URL.
6. Déclarez cette URL dans Google Merchant Center en **récupération planifiée**.
7. Onglet **Cron** : programmez la génération automatique.

3. Configurer vos pays, langues, devises et transporteurs

Tout commence par l'onglet **Pays**. Tant qu'aucun pays n'est configuré, aucun flux ne peut être produit.

3.1 Choisir les pays cibles

1. Ouvrez l'onglet **Pays**.
2. Dans la liste **Pays de Google Shopping vers lesquels exporter**, cochez les pays voulus.
3. Un bloc de configuration apparaît pour chaque pays coché, dans la colonne d'onglets latérale.
4. Cliquez sur **Sauvegarder les paramètres**.

3.2 Régler chaque pays

Pour chaque pays coché, quatre réglages sont à renseigner.

Réglage	Ce qu'il faut savoir
Langues associées au flux	La ou les langues du flux pour ce pays. Chaque langue produit un flux XML distinct et une URL de CRON distincte.
Impôts	<i>Taxe incluse</i> ou <i>Taxe exclue</i> . Le réglage doit correspondre à ce que votre boutique affiche aux visiteurs de ce pays.
Monnaie	La devise du flux pour ce pays. Elle doit être active dans PrestaShop et correspondre à ce que Merchant Center attend.
Transporteur	Le transporteur servant au calcul des frais de port annoncés. Les transporteurs inactifs sont signalés comme tels dans la liste.

3.3 Ajouter plusieurs langues pour un même pays

Certains pays réclament des flux dans plusieurs langues, la Belgique par exemple.

1. Dans le bloc du pays, repérez la liste déroulante de langue.
2. Cliquez sur **Ajouter une langue** pour ajouter une ligne.
3. Sélectionnez la langue dans la nouvelle liste déroulante.
4. Répétez pour chaque langue supplémentaire, puis enregistrez.

Bon à savoir Les langues proposées sont celles installées et actives dans *International > Localisation > Langues*. Si une langue manque, installez-la d'abord dans PrestaShop.

Bon réflexe Vérifiez que la devise et le transporteur sont actifs dans PrestaShop avant de les sélectionner ici. Une devise inactive produit des prix incohérents dans le flux.

4. Choisir les produits exportés et mapper les catégories Google

Tout se joue dans l'onglet **Catégories**, qui affiche l'arborescence complète de vos catégories PrestaShop.

4.1 Inclure ou exclure une catégorie

1. Ouvrez l'onglet **Catégories**.
2. Dans la colonne **À exporter**, chaque catégorie porte une coche verte (exportée) ou un panneau d'interdiction rouge (exclue).
3. Cliquez sur l'icône pour basculer la catégorie d'un état à l'autre.

Règle de sélection : seuls les produits dont la *catégorie par défaut* est une catégorie exportée entrent dans le flux. Le produit suit sa catégorie par défaut, pas ses catégories secondaires.

- La colonne **Produits** indique le nombre de produits associés par défaut à chaque catégorie. Un nom de catégorie affiché en orange signale qu'aucun produit ne lui est associé par défaut : elle n'apparaîtra donc pas dans le flux.
- Il est fortement recommandé d'utiliser la catégorie la plus profonde comme catégorie par défaut d'un produit, afin de transmettre l'information la plus pertinente.

4.2 Associer la taxonomie produits Google

La colonne **Catégories de Google** s'affiche lorsque l'option **Catégorie de produit Google** est activée dans l'onglet **Éléments facultatifs** et qu'au moins un pays est configuré.

1. Ouvrez l'onglet **Catégories**.
2. Cliquez sur le drapeau du pays, sur la ligne de la catégorie à associer, pour ouvrir le champ de saisie.
3. Commencez à taper le nom de la catégorie Google : une liste d'autocomplétion apparaît.
4. Sélectionnez la catégorie la plus adaptée, puis validez avec le bouton de confirmation.

Lorsque plusieurs pays sont configurés, un sélecteur au-dessus du tableau permet de basculer l'affichage de la colonne d'un pays à l'autre. Chaque pays reçoit la taxonomie Google de sa propre locale, donc l'association se fait pays par pays.

Conseil de Google Utilisez la catégorie la plus spécifique possible. Préférez « Vêtements et accessoires > Vêtements > Robes » à un simple « Vêtements et accessoires ».

4.3 Genre et tranche d'âge pour l'habillement

Si vous activez l'option **Site de vêtements** dans l'onglet **Configuration**, deux colonnes supplémentaires apparaissent dans l'onglet **Catégories** : **Genre** et **Groupe d'âge**. Vous les renseignez catégorie par catégorie, en cliquant sur la valeur affichée.

Ces attributs sont obligatoires pour les articles d'habillement expédiés vers les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France et le Japon. Ils sont recommandés pour les autres pays et catégories.

Valeurs de groupe d'âge

Valeur	Tranche
Nouveau-né	Jusqu'à 3 mois
Nourrisson	De 3 à 12 mois
Tout-petit	De 1 à 5 ans
Enfant	De 5 à 13 ans
Adulte	Adolescents et au-delà

4.4 Exclusions automatiques

Indépendamment des catégories, un produit est écarté du flux si :

- il est désactivé dans PrestaShop ;
- sa catégorie par défaut est exclue de l'export, ou correspond à la racine de la boutique ;
- il n'a ni nom, ni description, ni image ;
- son prix est nul ou négatif ;
- il est en rupture et l'option **Exporter des produits sans stock** est désactivée ;
- il n'est pas associé à la boutique courante, en mode multiboutique.

L'onglet **Diagnostic** compte ces exclusions cause par cause après chaque génération : voir le chapitre 11.

4.5 Exclure des produits un par un

Exclure une catégorie entière pour écarter trois produits revient à sacrifier une section rentable. L'onglet **Produits** règle ce cas : il retire du flux les produits que vous désignez, sans rien changer à leur visibilité sur la boutique.

1. Ouvrez l'onglet **Produits**.
2. Cherchez le produit par nom, référence, identifiant ou catégorie dans le champ de recherche.
3. Cliquez sur l'icône de sa ligne : une coche verte signifie exporté, un panneau d'interdiction rouge signifie exclu.

Le produit exclu reste actif, commandable et présent dans ses catégories. Seul le flux le laisse de côté, vos ventes organiques ne bougent pas. C'est là toute la différence avec les deux contournements habituels : désactiver le produit ou décocher « disponible à la commande » le retire aussi de la boutique, et exclure sa catégorie emporte tous les autres produits de cette catégorie.

Agir sur toute une recherche. Saisissez un terme dans le champ de recherche, puis utilisez **Exclure toute la recherche** ou **Réintégrer toute la recherche**. L'action porte sur tous les produits correspondants, pas seulement sur la page affichée, et une confirmation annonce leur nombre. Avec un champ de recherche vide, elle porte sur tout le catalogue.

La liste est paginée et recherchée côté serveur : elle s'ouvre sans attente, même sur un catalogue de plusieurs dizaines de milliers de références.

À savoir :

- les exclusions appartiennent à la boutique courante, en mode multiboutique ;
- elles prennent effet à la prochaine génération du flux, manuelle ou par CRON ;
- un produit déjà écarté par sa catégorie le signale sur sa ligne, pour vous éviter de chercher pourquoi le flux n'a pas changé ;
- rien n'est modifié dans votre catalogue PrestaShop : le module conserve ces exclusions dans sa propre table.

5. Les options du flux

Deux onglets portent les réglages du flux : **Configuration** pour le contenu, les images et les fichiers ; **Éléments facultatifs** pour les attributs additionnels envoyés à Google.

5.1 Contenu textuel du flux

Option	Effet
Description du produit	Choisissez la source de la description : <i>Brève description</i> (résumé), <i>Description détaillée</i> , ou les deux à la suite.
Donner la priorité aux balises META	Utilise le méta-titre et la méta-description à la place du nom et de la description du produit.
Supprimer les majuscules indésirables	Google interdit l'usage massif des majuscules. Activez cette option si vous subissez ce type de refus.
Ajouter un code ISO	Ajoute le code ISO de la langue d'export à l'identifiant produit, si vous devez différencier vos flux.
Exporter des produits sans stock	Conserve dans le flux les produits dont le stock est à zéro.
Boutique pour adultes	Étiquette les articles considérés comme réservés aux adultes, pour tous les pays cibles.

5.2 Images

Option	Effet
Format de l'image	Le format PrestaShop utilisé pour les liens d'images du flux. Google recommande l'image la plus grande et la mieux définie dont vous disposez, dans la limite de 4 Mo par fichier.
Nombre maximum d'images par produit	De 1 à 20 images par produit.
Ne pas exporter l'image de couverture	Force la deuxième image à devenir l'image principale à l'export. Utile quand votre image de couverture porte des éléments étrangers au produit et provoque des refus. S'applique uniquement aux produits comportant plusieurs images.

Échéance images du 31 janvier 2027 Google exige des images produit d'au moins **500x500 pixels** et applique cette règle à partir du 31 janvier 2027. En dessous, les produits sont refusés. L'onglet **Diagnostic** permet de repérer les images concernées : voir le chapitre 11.

5.3 Taxes et devises

Le choix *Taxe incluse* ou *Taxe exclue* se fait pays par pays dans l'onglet **Pays**. Les prix spécifiques et les remises actives sont pris en compte dans le prix exporté.

Forcer la devise dans l'URL produit

Quand un flux utilise une devise différente de la devise par défaut de la boutique, la page d'atterrissage doit afficher le bon prix. Le module ajoute alors des paramètres à l'URL produit, du type `?id_currency=2&SubmitCurrency=1`.

Le piège du robots.txt Beaucoup de boutiques ajoutent une règle dans `robots.txt` pour empêcher l'indexation des variantes de devise, du type `Disallow: /*&id_currency=`. Or Google Shopping utilise le même robot que le référencement naturel : si la page produit est bloquée, Google ne peut pas vérifier le prix et vos produits sont refusés dans Merchant Center.

Réglage	Comportement
Option activée	Les paramètres de devise sont ajoutés à l'URL. Le module place <code>id_currency</code> en premier, pour qu'une règle du type <code>Disallow: /*&id_currency=</code> , qui exige le préfixe <code>&</code> , ne s'applique plus. À conserver si votre thème a besoin de ce paramètre pour afficher le bon prix.
Option désactivée	Le lien produit reste propre, sans paramètre. Le prix et la devise proviennent du flux lui-même, qui fait foi pour un flux ciblé par pays dans Merchant Center.

Désactivation recommandée si vous utilisez un flux ciblé par pays et que vous bloquez les URL de devise dans `robots.txt`. **Activation recommandée** si votre thème a besoin du paramètre pour restituer le bon prix aux robots. La solution la plus propre sur le long terme reste une boutique PrestaShop par pays, en multiboutique, chacune avec sa devise par défaut.

5.4 Fichier, compression et lots d'export

Option	Effet
Nom du fichier	Le préfixe du fichier d'export. Le pays et, le cas échéant, la langue sont ajoutés automatiquement.

Compresser le flux (gzip)	Produit un flux <code>.xml.gz</code> , format lu nativement par Merchant Center. Fichier plusieurs fois plus léger, bande passante économisée, récupération plus rapide sur les gros catalogues.
Protéger l'URL du flux	Ajoute une empreinte secrète au nom de fichier. Voir le chapitre 9.
Limitation des exportations	Nombre de produits traités par cycle d'export. 2000 par défaut. Baissez cette valeur (500 ou 1000) en cas d'erreur 500 ou de dépassement de délai ; augmentez-la si votre serveur est confortable.

Ces options changent l'URL du flux Modifier le nom du fichier, activer ou désactiver **Compresser le flux (gzip)**, activer ou désactiver **Protéger l'URL du flux** : chacune de ces actions change l'adresse du flux. Après un tel changement, régénérez vos flux puis déclarez les nouvelles URL dans Google Merchant Center, faute de quoi Google continuera d'interroger une adresse qui n'existe plus.

L'export est paginé par lots pour éviter les dépassements de délai sur les gros catalogues. Les lots s'enchaînent seuls : vous n'avez aucun cycle à déclencher manuellement.

5.5 Éléments facultatifs

L'onglet **Éléments facultatifs** active les attributs additionnels envoyés à Google.

Élément	Détail
Code GTIN [gtin]	Codes-barres internationaux. Vous choisissez la variable PrestaShop qui les porte : EAN13, UPC, ISBN, MPN, référence produit ou référence fournisseur. Un produit sans code unique est difficile à classer et peut être exclu de certains programmes Shopping.
ID de produit personnalisé	Remplace l'identifiant produit par une autre variable. À manier avec prudence : cet identifiant doit être unique et ne jamais changer.
Marque [brand]	La marque du produit. Google demande au moins deux attributs parmi marque, MPN et GTIN.
Référence du fabricant [mpn]	Le numéro de produit du fabricant.
Poids	Le poids du produit à l'expédition, utile si vous avez défini une règle de port au poids.
Frais d'expédition	Estimation d'expédition par produit. Elle prend le pas sur les réglages globaux définis dans Merchant Center.

Utiliser une quantité minimale pour les prix	À activer si certains produits ont une quantité minimale d'achat et que votre fiche produit affiche le prix correspondant à cette quantité.
Prix d'achat [cost_of_goods_sold]	Sert au suivi de la marge brute dans les rapports Google. Un taux de transformation est paramétrable pour ne pas transmettre le prix d'achat réel : 1 pour le prix exact, 0,9 pour une baisse de 10 %, 1,1 pour une hausse de 10 %. Une option permet de replier sur le prix d'achat du produit quand celui de la déclinaison est à zéro.
Catégorie de produit [product_type]	Votre propre arborescence de catégories, du type « Accueil > Femme > Robes ».
Catégorie de produit Google [google_product_category]	Active la colonne d'association à la taxonomie Google dans l'onglet Catégories .
Balisateur analytique	Ajoute des paramètres UTM à toutes les URL produit, pour le suivi dans Google Analytics ou un outil équivalent. Vous saisissez <code>utm_campaign</code> , <code>utm_source</code> et <code>utm_medium</code> .

5.6 Déclinaisons et articles d'habillement

L'option **Exportation de combinaisons de produits**, dans l'onglet **Configuration**, exporte les déclinaisons comme des produits distincts. Google définit une variante comme un groupe de produits identiques ne différant que par la couleur, la matière, le motif ou la taille. Vous désignez, pour chacun de ces axes, l'attribut PrestaShop correspondant.

L'option **Site de vêtements** ajoute les réglages propres à l'habillement. Si la couleur, la taille, la matière ou le motif sont portés par des caractéristiques plutôt que par des attributs, vous les désignez également ici.

5.7 Attributs attendus par Google

Attribut	Source dans le module
id	Identifiant produit, ou identifiant personnalisé
title	Nom du produit, ou méta-titre si l'option est activée
description	Description courte ou longue, selon votre réglage
link	URL du produit sur votre boutique
image_link	Image de couverture, au format choisi
availability	Selon l'état du stock

price	Prix du produit, avec les taxes applicables
-------	---

Attributs vivement recommandés : brand , gtin , mpn , google_product_category , condition .

Pour les articles d'habillement, également requis en France, Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis et Japon : gender , age_group , color , size .

Le flux respecte la spécification RSS 2.0 avec les extensions Google Shopping.

6. Libellés personnalisés pour Google Ads

Les libellés personnalisés, `custom_label_0` à `custom_label_4`, servent à regrouper vos produits dans les campagnes Google Ads selon des critères qui vous appartiennent. Google Ads les utilise ensuite comme axes de segmentation.

6.1 Configurer les libellés

1. Ouvrez l'onglet **Attributs de l'étiquette personnalisée**.
2. Pour chacun des cinq emplacements, **Attributs de l'étiquette personnalisée 0 à 4**, sélectionnez la caractéristique produit PrestaShop qui doit l'alimenter.
3. Cliquez sur **Sauvegarder les paramètres**.

Bon à savoir Cet onglet n'apparaît que si votre boutique possède au moins une caractéristique produit. Créez d'abord vos caractéristiques dans *Catalogue > Caractéristiques*, puis renseignez-les sur vos produits.

6.2 Exemples de segmentation

Libellé	Valeurs possibles
Saison	Printemps, Été, Automne, Hiver
Marge	Forte, Moyenne, Faible
Déstockage	Oui, Non
Meilleure vente	Oui, Non

6.3 L'URL pour les réseaux sociaux

En plus des caractéristiques produit, chaque emplacement peut recevoir la valeur **URL pour les réseaux sociaux**. Il s'agit d'une URL simplifiée, destinée à alimenter les liens de vos annonces sur Facebook ou d'autres réseaux.

7. Générer vos flux et déclarer les URL dans Merchant Center

7.1 Générer un flux depuis le back-office

1. Assurez-vous qu'au moins un pays est configuré et enregistré, avec sa langue, sa devise et son transporteur.
2. Ouvrez l'onglet **Flux**.
3. Repérez la ligne du couple pays et langue voulu.
4. Cliquez sur **Générer**.
5. Patientez jusqu'à la fin du traitement. La **Date de la dernière mise à jour** et l'**URL à fournir à Google Merchant Center** apparaissent alors sur la ligne.

Si le bouton manque Si le message « Validez la configuration de ce pays avant de pouvoir générer son flux » apparaît à la place du bouton, retournez dans l'onglet **Pays** et enregistrez la configuration de ce pays.

7.2 Le tableau des flux

Colonne	Contenu
Pays	Le pays cible
Langue	La langue du flux
Générer	Lance une génération immédiate
Date de la dernière mise à jour	Horodatage du dernier fichier produit
URL à fournir à Google Merchant Center	L'adresse à déclarer dans Merchant Center
Télécharger	Récupère le fichier depuis le back-office, pour inspection

7.3 Où le fichier est écrit

Le fichier est écrit à la racine de la boutique ou dans le répertoire d'export du module. Le nom se compose du préfixe que vous avez choisi, suivi du pays et, en multilingue, de la langue.

- Langue unique : `prefixe_pays.xml`
- Multilingue : `prefixe_pays-langue.xml`

Avec la compression gzip activée, l'extension devient `.xml.gz`. Avec la protection d'URL activée, une empreinte secrète s'ajoute au nom.

Écriture atomique Chaque export est écrit dans un fichier temporaire, puis mis en place en un seul déplacement une fois terminé. Google télécharge donc toujours soit l'ancien flux complet, soit le nouveau flux complet, jamais un fichier tronqué, même s'il passe pendant une génération.

7.4 Déclarer l'URL dans Google Merchant Center

1. Connectez-vous à votre compte Google Merchant Center.
2. Ouvrez *Produits > Flux* et cliquez sur le bouton d'ajout d'un flux.
3. Sélectionnez le pays et la langue cibles.
4. Choisissez **Récupération planifiée** comme méthode de saisie.
5. Collez l'URL affichée dans l'onglet **Flux** du module.
6. Définissez la fréquence et l'heure de récupération.

Google téléchargera alors votre fichier automatiquement à l'heure indiquée. Veillez à ce que votre CRON s'exécute avant cette heure.

7.5 À quelle fréquence mettre à jour

Google recommande une mise à jour au moins quotidienne. Si votre catalogue bouge souvent, prix ou stocks, augmentez la cadence.

Taille du catalogue	Cadence indicative
Moins de 5 000 produits	2 à 4 fois par jour sans difficulté
De 5 000 à 50 000 produits	1 à 2 fois par jour
Plus de 50 000 produits	1 fois par jour, en heures creuses

7.6 Délais de prise en compte côté Google

- **Traitement** : un nouveau flux est généralement traité en quelques heures, parfois jusqu'à 3 jours ouvrés.
- **Examen** : un compte récent peut faire l'objet d'un examen initial plus approfondi, jusqu'à quelques semaines.
- **Mises à jour** : une fois le flux établi, les mises à jour sont habituellement prises en compte en quelques heures.

L'état de traitement se consulte dans Merchant Center, sous *Produits > Diagnostic*.

7.7 Déclarer le flux sur d'autres plateformes

Le flux respecte la spécification Google Merchant Center, et cette même spécification est acceptée comme source RSS 2.0 par Meta (Facebook et Instagram), Pinterest, TikTok et Snapchat : le fichier publié par le module peut y être déclaré tel quel. TikTok sait aussi importer directement un catalogue Google Merchant Center, mais seulement s'il est alimenté par récupération planifiée, ce qui est exactement le mode de publication du module. Microsoft Advertising utilise son propre format de fichier et propose à la place un import depuis Merchant Center.

Attention Chaque plateforme garde ses exigences propres : longueurs de champs, catégories, attributs obligatoires. Le fichier est accepté, mais les refus produits se vérifient plateforme par plateforme.

8. Automatiser avec le CRON

Le bouton **Générer** et le CRON produisent exactement le même fichier XML. Seul le déclencheur diffère. Pour une boutique en production, le CRON est la méthode recommandée.

8.1 Récupérer l'URL de CRON

1. Ouvrez l'onglet **Cron**.
2. Repérez le panneau du couple pays et langue voulu : il existe un panneau par flux.
3. Choisissez l'onglet correspondant à votre méthode : WebCron, curl, wget, PHP ou cPanel / Plesk.
4. Cliquez sur le bouton de copie pour placer l'URL ou la commande dans le presse-papiers.

8.2 Les cinq méthodes proposées

Méthode	Usage
WebCron	Vous collez simplement l'URL dans un service de webCron externe. Aucun accès serveur requis.
curl	Une ligne à ajouter au crontab du serveur, par SSH ou via le panneau d'hébergement.
wget	Alternative à curl, même principe.
PHP	Pour les hébergements qui n'autorisent que des tâches PHP. Si <code>php</code> n'est pas dans le <code>PATH</code> , utilisez le chemin complet.
cPanel / Plesk	Procédure pas à pas pour ces deux panneaux, avec la commande à coller.

8.3 Comprendre une expression CRON

Une expression cron se compose de 5 champs, suivis de la commande à exécuter : minute (0 à 59), heure (0 à 23), jour du mois (1 à 31), mois (1 à 12), jour de la semaine (0 à 7).

Expression	Signification
<code>0 4 * * *</code>	Tous les jours à 4h00
<code>0 */6 * * *</code>	Toutes les 6 heures
<code>0 3,15 * * *</code>	Deux fois par jour, à 3h00 et 15h00
<code>30 2 * * 1</code>	Tous les lundis à 2h30

8.4 Recommandations

- Planifiez au moins un export par jour, quelques minutes avant l'heure de récupération définie dans Google Merchant Center.
- Sur un gros catalogue, préférez les heures creuses, par exemple entre 2h00 et 6h00.
- Au-delà de 50 000 produits, l'export peut durer plusieurs minutes : vérifiez que le `max_execution_time` de votre serveur est suffisant.

Attention L'URL de CRON contient une clé secrète. Ne la publiez pas et ne la partagez pas. Si vous renouvelez la clé de sécurité (chapitre 9), les URL de CRON changent : vous devrez mettre à jour vos tâches planifiées.

9. Sécuriser vos flux

9.1 Pourquoi protéger l'URL du flux

Par défaut, le nom du fichier de flux est construit à partir du nom que vous avez configuré et du code pays. Son URL est donc prévisible. Quiconque connaît l'adresse de votre boutique peut télécharger le fichier et récupérer l'intégralité de vos références, de vos prix et de vos niveaux de stock.

L'onglet **Flux** affiche d'ailleurs un avertissement tant que la protection n'est pas activée.

9.2 Activer la protection

1. Ouvrez l'onglet **Configuration**.
2. Activez l'option **Protéger l'URL du flux**.
3. Cliquez sur **Sauvegarder les paramètres**.
4. Retournez dans l'onglet **Flux** et régénérez chaque flux.
5. Relevez les nouvelles URL et déclarez-les dans Google Merchant Center.

Le module ajoute alors au nom du fichier une empreinte secrète dérivée de votre clé de sécurité, ce qui rend l'URL impossible à deviner.

Ne sautez pas l'étape 5 Activer ou désactiver cette option change l'URL du flux. Si vous ne déclarez pas la nouvelle URL, Google continuera d'interroger une adresse qui n'existe plus et signalera une erreur de source de données.

9.3 Ce que la protection ne change pas

Le fichier reste un fichier statique public, servi par votre serveur web à pleine vitesse et sans authentification. Seul son nom devient inconnu. Google récupère l'URL que vous avez déclarée, exactement comme avant : la protection n'empêche en rien la lecture du flux par Google.

9.4 Renouveler la clé de sécurité

Si une URL de flux a été partagée par erreur, ou si vous soupçonnez une fuite, renouvelez la clé.

1. Ouvrez l'onglet **Flux**.
2. Descendez jusqu'au panneau **Sécurité des flux**.
3. Cliquez sur **Renouveler la clé de sécurité** et confirmez.
4. Régénérez tous vos flux.
5. Mettez à jour les URL dans Google Merchant Center, flux produits comme flux promotions.
6. Mettez à jour vos tâches CRON avec les nouvelles URL.

Effet immédiat Le renouvellement supprime tous les fichiers générés et invalide immédiatement les anciennes URL, flux produits comme flux promotions, ainsi que les URL de CRON. Prévoyez d'enchaîner aussitôt avec les étapes 4 à 6.

9.5 Les autres protections du module

- Fichier `.htaccess` écrit dans le répertoire d'export : pas de listing de répertoire, pas d'accès aux flux en cours d'écriture.
- Écriture atomique : aucun flux tronqué ne peut être servi, même pendant une génération.
- Téléchargement depuis le back-office authentifié par comparaison de clé à temps constant.
- Aucun appel à un service tiers depuis le back-office.

9.6 La compression gzip

L'option **Compresser le flux (gzip)**, dans l'onglet **Configuration**, produit un flux `.xml.gz`. Ce format est lu nativement par Google Merchant Center. Le fichier est plusieurs fois plus léger : bande passante économisée et récupération plus rapide sur les gros catalogues.

À retenir Activer ou désactiver la compression change également l'URL du flux. Régénérez puis redéclarez vos URL dans Merchant Center après ce changement.

10. Le flux de promotions

10.1 Prix barrés et bons de réduction : deux choses différentes

Deux notions sont souvent confondues.

Cas	Où cela se passe
Prix promotionnels , c'est-à-dire vos prix barrés	Ils voyagent déjà dans le flux produits. Le module envoie le prix soldé et ses dates de validité, Google affiche le prix barré. Rien à configurer.
Bons de réduction , du type « -20 % avec le code SUMMER »	Ils réclament un flux de promotions séparé, que Merchant Center attend déclaré sous <i>Promotions</i> .

10.2 Prérequis côté Google

Deux conditions

1. Vous devez d'abord demander l'accès au programme **Merchant Promotions** dans Google Merchant Center. Google valide la demande manuellement, puis chaque promotion est examinée avant diffusion.
2. Votre code doit fonctionner pour tous les visiteurs. Google teste réellement les codes : un code qui ne marche pas pour tout le monde fait désapprouver la promotion et peut pénaliser le compte.

10.3 Activer et alimenter le flux

1. Créez vos bons de réduction dans *Catalogue > Règles paniers* si ce n'est pas déjà fait.
2. Ouvrez l'onglet **Promotions** du module.
3. Activez **Activer le flux de promotions**.
4. Dans le tableau, cochez la colonne **Exporter** pour chaque règle panier à publier.
5. Renseignez la colonne **Titre public** (60 caractères maximum).
6. Cliquez sur **Sauvegarder les paramètres**.

10.4 Les règles panier auditées

Chaque règle panier est auditée avant d'être proposée. Celles que Google ne peut pas annoncer sans risque sont bloquées, avec leur motif affiché en rouge.

Motif de blocage	Signification
------------------	---------------

Réservée à un client	La règle est nominative, donc inutilisable par les visiteurs de Google
Expirée	Sa date de fin est dépassée
Limitée à certains produits	Google annonce une offre valable sur la commande, pas sur une sélection
Remise sur un produit spécifique	Même raison
Exclue pour ce pays	La règle ne s'applique pas au pays du flux
Conversion de devise impossible	Le montant ne peut pas être exprimé dans la devise du flux
Aucune remise exprimable par Google	Le type de remise n'a pas d'équivalent Google
Titre manquant	Google exige un libellé public

D'autres règles sont publiables, mais assorties d'un avertissement orange : offre automatique sans code, peu d'utilisations restantes, limitation à certains groupes de clients ou à certains transporteurs, non cumulable, restriction de pays, livraison offerte non annoncée, montant hors taxes, usage partiel autorisé, titre qui sera tronqué.

10.5 Les types d'offre reconnus

- Pourcentage de remise
- Montant de remise
- Livraison offerte
- Cadeau

Le montant minimum d'achat et les dates de validité sont repris de la règle panier.

10.6 Le titre public

Le nom interne d'une règle panier convient rarement aux acheteurs. La colonne **Titre public** vous laisse écrire la phrase que les acheteurs liront, par exemple « -20 % sur votre commande avec le code SUMMER ». Le champ est plafonné à 60 caractères, comme l'exige Google.

Multilingue Le titre est enregistré par langue, une par langue de vos flux : la même promotion peut annoncer « -20 % sur votre commande avec le code SUMMER » dans le flux français et « 20% Rabatt auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER » dans le flux allemand. L'onglet ne propose que les langues de vos flux configurés. Une langue laissée vide retombe sur le nom de la règle panier, que PrestaShop traduit déjà, et le champ affiche ce nom en substitut. Une promotion sans titre ni nom de règle panier dans la langue d'un flux est écartée de ce flux, puisque Google exige un libellé public.

10.7 Générer et déclarer les flux de promotions

Le panneau **Flux de promotions générés** liste un flux par pays et par langue, avec sa propre URL.

1. Cliquez sur **Générer** sur la ligne voulue pour rafraîchir ce flux immédiatement.
2. Relevez l'URL affichée.
3. Dans Google Merchant Center, déclarez cette URL sous *Promotions*, séparément de vos flux produits.

Le flux de promotions n'a pas besoin de son propre CRON : il est reconstruit en même temps que le flux produits du même pays et de la même langue, et à chaque enregistrement de l'onglet **Promotions**. Il suit les mêmes réglages de sécurité et de compression que vos flux produits.

Le fichier est toujours publié Même sans aucune promotion, le fichier est publié : c'est un document valide sans entrée. Supprimer le fichier transformerait une URL déclarée en récupération planifiée en 404, que Merchant Center signale comme erreur de source de données.

Arrêter une promotion Retirer une promotion du flux ne l'arrête pas chez Google : une promotion approuvée court jusqu'à sa date de fin. Pour l'arrêter plus tôt, mettez-y fin depuis la page *Promotions* de Merchant Center.

11. L'onglet Diagnostic

L'onglet **Diagnostic** réunit trois analyses.

11.1 Audit des images produit

Google exige des images produit d'au moins 500x500 pixels et applique cette règle à partir du 31 janvier 2027. En dessous, les produits sont refusés.

1. Ouvrez l'onglet **Diagnostic**.
2. Dans le panneau **Audit des images produit**, cliquez sur **Analyser mes images produit**.
3. Lisez le tableau de résultats, puis la liste d'exemples.
4. Sur gros catalogue, l'audit travaille par échantillon : relancez-le pour poursuivre l'analyse.

Bon à savoir L'audit mesure le fichier original que vous avez téléversé, pas les vignettes générées par votre thème, parce que c'est ce fichier original que Google récupère.

Indicateur	Ce qu'il compte
Dernière analyse	Date de l'audit
Produits analysés	Nombre analysé sur le total, avec mention de l'échantillon le cas échéant
Images inférieures à 500x500	Les images à corriger en priorité
Produits sans image de couverture	Ces produits ne peuvent pas être exportés
Fichiers d'image manquants ou illisibles	Fichiers absents ou corrompus sur le serveur
Images conformes	Aucune action à prévoir

11.2 Rapport de qualité du flux

Après chaque génération, le module enregistre pourquoi des produits ont été écartés du flux, et quels produits exportés risquent une désapprobation. Le rapport est présenté flux par flux, avec sa date.

Cause	Que faire
Exclu : description vide	Renseignez la description courte ou longue, ou la méta-description.
Exclu : aucune image	Ajoutez au moins une image au produit.

Exclu : titre vide	Renseignez le nom du produit, ou son méta-titre si vous donnez la priorité aux balises META.
Exclu : catégorie par défaut à la racine	Attribuez une véritable catégorie par défaut, autre que la racine de la boutique.
À risque : aucune marque	Attribuez un fabricant. Google exige la marque dès lors que le produit en a une.

Chaque cause est accompagnée de jusqu'à 50 exemples de produits concernés, avec leur identifiant et leur nom, pour corriger directement dans le catalogue.

Bon à savoir Si aucun rapport n'apparaît, générez d'abord un flux : le rapport est produit à l'issue de la génération. La mention « génération incomplète » signale un export qui ne s'est pas terminé.

11.3 Vérification des index de base de données

Des index manquants peuvent ralentir fortement l'export sur les gros catalogues, au-delà de 250 000 produits par exemple. Le panneau **Vérification de l'index de la base de données (performance)** liste les index recommandés, leur présence et la raison pour laquelle ils comptent.

1. Ouvrez l'onglet **Diagnostic** et descendez jusqu'à ce panneau.
2. Repérez les lignes marquées d'un panneau rouge : l'index est absent.
3. Cliquez sur **Créer l'index** pour l'ajouter. La requête SQL correspondante est affichée sous le bouton.

Attention Exécutez toujours ce type de modification de structure pendant une période de faible trafic, et assurez-vous de disposer d'une sauvegarde de votre base de données.

12. Résoudre les problèmes courants

12.1 La génération échoue ou renvoie une erreur 500

Cela survient généralement sur les gros catalogues, quand le serveur manque de temps ou de mémoire.

1. Baissez la valeur **Limitation des exportations** dans l'onglet **Configuration** : essayez 500 ou 1000.
2. Demandez à votre hébergeur d'augmenter `max_execution_time`, 300 ou plus étant recommandé.
3. Demandez-lui d'augmenter `memory_limit`, 256M ou plus étant recommandé.
4. Préférez la méthode CRON au bouton du back-office : les appels CRON sont en général moins contraints.
5. Vérifiez les index de base de données dans l'onglet **Diagnostic**.

12.2 La date et l'URL ne se mettent pas à jour après la génération

1. Vérifiez que le répertoire d'export est accessible en écriture (`chmod 755` ou `775`).
2. Assurez-vous que le fichier XML n'est pas verrouillé par un autre processus.
3. Vérifiez que le serveur dispose d'assez d'espace disque.
4. Ouvrez la console de votre navigateur (F12, onglet Console) et cherchez une erreur JavaScript.

12.3 Des produits manquent dans le flux

Reportez-vous à la liste des exclusions automatiques du chapitre 4.4, puis ouvrez l'onglet **Diagnostic** : il compte les exclusions de la dernière génération, cause par cause, ce qui montre quelle règle a retiré vos produits.

Pensez aussi à l'onglet **Produits** : le produit a peut-être été exclu un par un, voir le chapitre 4.5.

12.4 L'URL de CRON renvoie une page blanche ou une erreur

1. Ouvrez l'URL de CRON directement dans votre navigateur : le message d'erreur éventuel indiquera la cause.
2. Vérifiez que la clé de sécurité contenue dans l'URL correspond bien à celle générée par le module.
Une réinstallation du module réinitialise la clé.
3. Si vous utilisez un service de webCron, assurez-vous que votre serveur accepte les requêtes HTTP entrantes correspondantes.
4. Vérifiez que `mod_rewrite` (Apache) ou son équivalent (Nginx) est actif pour les URL simplifiées.

12.5 Les prix du flux ne correspondent pas à ceux de la boutique

Cause fréquente	Vérification
-----------------	--------------

Réglage de taxes	Le choix taxe incluse ou exclue, pour chaque pays, doit correspondre à ce que votre boutique affiche aux visiteurs de ce pays.
Devise	La devise associée au pays doit être celle qu'attend Google Merchant Center.
Prix spécifiques et remises	Le module exporte le prix courant, remises et prix spécifiques actifs inclus.
Prix par groupe	Le prix exporté est celui visible par le groupe client « Visiteur ».

Après correction, régénérez le flux et attendez que Google le récupère à nouveau.

12.6 Mes produits sont désapprouvés dans Merchant Center

Problème signalé	Piste de correction
GTIN ou code-barres manquant	Renseignez le champ EAN13 ou UPC sur vos produits, puis activez Code GTIN dans l'onglet Éléments facultatifs .
Écart de prix entre le flux et le site	Vérifiez les réglages de devise et de taxes, puis régénérez le flux après chaque changement de prix.
Image trop petite, ou porteuse d'un filigrane	Utilisez des images suffisamment grandes et évitez le texte promotionnel incrusté. Lancez l'audit des images de l'onglet Diagnostic .
Description absente ou générique	Rédigez des descriptions uniques et descriptives, d'au moins 50 caractères.
Majuscules excessives	Activez Supprimer les majuscules indésirables dans l'onglet Configuration .
Page produit inaccessible	Vérifiez que le produit est actif et l'URL atteignable. Contrôlez les redirections et les erreurs 404. Si vous bloquez les paramètres de devise dans <code>robots.txt</code> , relisez le chapitre 5.3.

12.7 Vérifier la validité d'un flux

1. Téléchargez le flux depuis l'onglet **Flux**, à l'aide du bouton de téléchargement.
2. Ouvrez-le dans un éditeur de texte ou dans un navigateur pour contrôler la structure XML.
3. Dans Google Merchant Center, ouvrez *Produits > Flux*, cliquez sur votre flux puis sur l'onglet de traitement pour lire les erreurs et les avertissements.

12.8 Certains textes du module ne sont pas traduits

Traduisez-les depuis *International > Traductions*, en choisissant « Traductions des modules installés » puis ce module. Le contenu du flux lui-même provient toujours de vos données produit, dans la langue

configurée pour le pays.

13. Licence et support

13.1 Le module fonctionne sans licence

Important La génération des flux, le CRON, le flux de promotions et les diagnostics fonctionnent sans licence. Enregistrer la vôtre débloquent les notifications de mise à jour et le support prioritaire.

La licence Mediacom87 est gratuite pour tout client d'un module acheté sur Addons ou PrestatoolBox.

Fonction	Sans licence	Avec licence active
Export des flux XML Google Shopping	Oui	Oui
Multi-pays et multi-langue	Oui	Oui
Automatisation par CRON	Oui	Oui
Taxonomie Google et déclinaisons	Oui	Oui
Flux de promotions et diagnostics	Oui	Oui
Notifications de mise à jour	Non	Oui
Alertes de montée de version majeure	Non	Oui
Support prioritaire	Non	Oui

13.2 Demander une licence

1. Ouvrez l'onglet **Licence**.
2. Dans le bloc **Demander une nouvelle licence**, renseignez votre adresse e-mail, la plateforme d'achat, la référence de commande et le domaine de votre boutique.
3. Cliquez sur **Soumettre la demande de licence**.

Mediacom87 valide votre commande manuellement. La licence s'active sous quelques jours ouvrés.

13.3 Enregistrer une clé existante

Si une clé vous a déjà été transmise, ou si vous migrez votre boutique depuis un autre domaine, saisissez-la dans le bloc **J'ai déjà une clé de licence**, puis cliquez sur **Valider cette clé**.

Si la clé est enregistrée sur un autre domaine, le module propose un formulaire de demande de migration : indiquez le nouveau domaine et le motif, par exemple une refonte de boutique, un changement de domaine ou un nouvel hébergement. Mediacom87 valide la demande manuellement.

13.4 Suivre l'état de la licence

Le bloc **État de la licence** affiche le statut courant, la clé, le plan, la date d'expiration, le domaine enregistré et la date du dernier contrôle auprès du serveur. Le bouton **Vérifier maintenant** force un contrôle immédiat.

Les statuts possibles sont : actif, en attente de validation par Mediacom87, rejeté, révoqué, expiré, invalide, ou non enregistré. En cas de rejet, le motif est affiché.

13.5 Mises à jour

Le module vérifie de lui-même la disponibilité d'une nouvelle version et affiche une bannière en haut de sa page de configuration le cas échéant. Cette vérification requiert une licence active.

L'onglet **Changelog** retrace l'historique des versions, traduit dans la langue de votre back-office.

13.6 Contacter le support

Ouvrez l'onglet **Informations et soutien**, puis cliquez sur **Contact**.

Sur les versions vendues en direct, le bouton ouvre un formulaire dans une fenêtre modale : vous indiquez votre adresse e-mail de réponse et votre message. Un récapitulatif de votre installation, calculé côté serveur, est joint automatiquement à l'envoi, et le message part par le système de mail de la boutique. Sur les versions achetées sur Addons, le bouton renvoie vers le formulaire de la place de marché.

Périmètre du support Le support porte sur le module. La configuration de Google Merchant Center lui-même, l'examen de vos produits et les décisions d'approbation relèvent de Google.

13.7 Aide intégrée

Deux onglets répondent à la plupart des questions sans quitter le back-office :

- **FAQ** : 42 questions réparties en 9 thèmes, toutes les réponses visibles sans dépliage.
- **Politique de sécurité** : les engagements de sécurité du module.

Mediacom87 Export Google - Documentation utilisateur - Mediacom87