

M E D I A C O M 8 7

Export Google

Flussi di prodotti per Google Merchant Center

Modulo PrestaShop • Compatibile con PrestaShop dalla 1.6.0.4 alla 9.x

Documentazione utente - Mediacom87

Indice

1. Presentazione e prerequisiti

2. Installazione

3. Configurare paesi, lingue, valute e corrieri

4. Scegliere i prodotti da esportare e associare le categorie Google

5. Le opzioni del flusso

6. Etichette personalizzate per Google Ads

7. Generare i flussi e dichiarare gli URL in Merchant Center

8. Automatizzare con il CRON

9. Proteggere i flussi

10. Il flusso di promozioni

11. La scheda Diagnostica

12. Risolvere i problemi più comuni

13. Licenza e assistenza

Come leggere questo documento I nomi fra virgolette corrispondono alle diciture visualizzate nel modulo. Le schede sono elencate nella colonna di sinistra della pagina di configurazione. Le procedure sono numerate: le segua nell'ordine indicato.

1. Presentazione e prerequisiti

1.1 Che cosa fa il modulo

Export Google costruisce, a partire dal catalogo PrestaShop, i flussi di prodotti attesi da Google Merchant Center. Genera un flusso per ogni coppia paese-lingua e li mantiene aggiornati automaticamente tramite CRON.

Prezzi, tasse, corrieri, categorie e attributi opzionali si configurano paese per paese. Ogni coppia paese-lingua dispone di un proprio file XML e di un proprio URL CRON.

1.2 Copertura geografica

- **71 paesi:** quelli in cui Google Shopping è ufficialmente disponibile.
- Ogni paese riceve la tassonomia dei prodotti Google della propria lingua locale.
- Uno stesso paese può avere più lingue. Esempi: Belgio in francese, olandese e tedesco; Svizzera in francese, tedesco e italiano.

Nota Sono proposti soltanto i paesi in cui Google Shopping opera realmente. Dichiarare un flusso per un paese non servito da Google porterebbe a un rifiuto in Merchant Center.

1.3 Compatibilità

Elemento	Supportato
PrestaShop	Dalla 1.6.0.4 alla 9.x, ThirtyBees incluso
PHP	Da 5.6 a 8.3 e versioni successive
Multi-negozio	Sì. Configurazione, flussi e URL CRON per ogni negozio
Lingue dell'interfaccia	18: bulgaro, danese, estone, finlandese, francese, giapponese, greco, inglese, italiano, olandese, polacco, portoghese, rumeno, slovacco, spagnolo, svedese, tedesco, ungherese

Il modulo rileva automaticamente la versione di PrestaShop in uso e adatta i propri template e i propri script.

1.4 Prerequisiti

- Un account **Google Merchant Center**. Questo modulo produce e pubblica i flussi; la configurazione dell'account Merchant Center resta a suo carico.

- Le **valute** e i **corrieri** che intende associare ai paesi devono essere attivi nella configurazione di PrestaShop.
- Le **lingue** desiderate devono essere installate e attive in *Internazionale* → *Localizzazione* → *Lingue*.
- Un modo per avviare un'operazione pianificata: crontab del server, pannello dell'hosting o servizio di webCron.

1.5 Le schede del modulo

La configurazione è organizzata in 14 schede.

Scheda	Funzione
Paesi	Paesi di destinazione e, per ciascuno, lingua o lingue, valuta, corriere, tasse
Configurazione	Contenuto del flusso, immagini, nome del file, sicurezza, compressione, lotto di esportazione
Elementi opzionali	Attributi aggiuntivi inviati a Google (GTIN, marchio, peso, costi di spedizione, UTM)
Attributi di etichetta personalizzati	Etichette personalizzate da 0 a 4 per Google Ads
Categorie	Inclusione o esclusione delle categorie, associazione alla tassonomia Google
Flusso	Generazione manuale, URL da fornire a Google, download, rinnovo della chiave
Cron	URL e comandi pronti da copiare per automatizzare la generazione
Promozioni	Flusso separato per i buoni sconto
Diagnostica	Audit delle immagini, rapporto sulla qualità del flusso, indici del database
FAQ	42 domande suddivise in 9 temi, con tutte le risposte visibili senza doverle aprire
Informazioni e supporto	Versione, compatibilità, pulsante Contatto
Licenza	Registrazione e stato della licenza Mediacom87
Politica di sicurezza	Gli impegni di sicurezza del modulo
Changelog	Storico delle versioni, tradotto

Nota Le schede **Flusso** e **Cron** compaiono solo dopo che almeno un paese è stato configurato e salvato. La scheda **Attributi di etichetta personalizzati** compare solo se il negozio possiede almeno una caratteristica prodotto.

2. Installazione

2.1 Installare il modulo

1. Nel back office, apra **Moduli**.
2. Clicchi su **Carica un modulo** (oppure **Aggiungi nuovo modulo**, a seconda della versione di PrestaShop).
3. Selezioni l'archivio ZIP del modulo, poi avvii il caricamento.
4. Clicchi su **Installa**.
5. Clicchi su **Configura** per aprire la pagina del modulo.

2.2 Che cosa fa l'installazione, e che cosa non fa

- **Nessuna tabella nativa di PrestaShop viene modificata.** Il modulo crea le proprie tabelle.
- **Nessuna chiamata a un servizio esterno dal back office.** La libreria delle tabelle è integrata nel modulo: il back office funziona senza accesso a Internet e nulla viene richiesto a terzi.
- Nella directory di esportazione del modulo viene scritto un file `.htaccess` che impedisce l'elenco del contenuto della directory e blocca l'accesso ai flussi in corso di scrittura.

2.3 Il percorso di configurazione in breve

1. Scheda **Paesi**: selezioni i paesi, imposti lingua, valuta, corriere e tasse, poi salvi.
2. Scheda **Configurazione**: scelga il contenuto e il formato del flusso, attivi la protezione dell'URL e la compressione se necessario.
3. Scheda **Elementi opzionali**: attivi gli attributi aggiuntivi utili al suo catalogo.
4. Scheda **Categorie**: escluda le categorie da non esportare e associ la tassonomia Google.
5. Scheda **Flusso**: generi un primo flusso e annoti il suo URL.
6. Dichiarare questo URL in Google Merchant Center come **recupero pianificato**.
7. Scheda **Cron**: programmi la generazione automatica.

3. Configurare paesi, lingue, valute e corrieri

Tutto comincia dalla scheda **Paesi**. Finché nessun paese è configurato, non è possibile produrre alcun flusso.

3.1 Scegliere i paesi di destinazione

1. Apra la scheda **Paesi**.
2. Nell'elenco **Paesi di Google Shopping in cui esportare**, selezioni i paesi desiderati.
3. Per ogni paese selezionato compare un blocco di configurazione nella colonna laterale delle schede.
4. Clicchi su **Salva le impostazioni**.

3.2 Impostare ogni paese

Per ogni paese selezionato vanno compilate quattro impostazioni.

Impostazione	Che cosa occorre sapere
Lingue associate al Feed	La lingua o le lingue del flusso per questo paese. Ogni lingua produce un file XML distinto e un URL CRON distinto.
Tasse	<i>Tassa inclusa</i> oppure <i>Tassa esclusa</i> . L'impostazione deve corrispondere a ciò che il negozio mostra ai visitatori di quel paese.
Valuta	La valuta del flusso per questo paese. Deve essere attiva in PrestaShop e corrispondere a quella attesa da Merchant Center.
Vettore	Il corriere utilizzato per calcolare i costi di spedizione dichiarati. I corrieri disattivati sono segnalati come tali nell'elenco.

3.3 Aggiungere più lingue per uno stesso paese

Alcuni paesi richiedono flussi in più lingue, per esempio il Belgio.

1. Nel blocco del paese, individui il menu a tendina della lingua.
2. Clicchi su **Aggiungi una lingua** per aggiungere una riga.
3. Selezioni la lingua nel nuovo menu a tendina.
4. Ripeta l'operazione per ogni lingua aggiuntiva, poi salvi.

Nota Le lingue proposte sono quelle installate e attive in *Internazionale* → *Localizzazione* → *Lingue*. Se una lingua manca, la installi prima in PrestaShop.

Buona abitudine Verifichi che la valuta e il corriere siano attivi in PrestaShop prima di selezionarli qui. Una valuta disattivata produce prezzi incoerenti nel flusso.

4. Scegliere i prodotti da esportare e associare le categorie Google

Tutto si decide nella scheda **Categorie**, che mostra l'albero completo delle categorie PrestaShop.

4.1 Includere o escludere una categoria

1. Apra la scheda **Categorie**.
2. Nella colonna **Da esportare**, ogni categoria presenta un segno di spunta verde (esportata) oppure un segnale di divieto rosso (esclusa).
3. Clicchi sull'icona per passare da uno stato all'altro.

Regola di selezione: entrano nel flusso solo i prodotti la cui *categoria predefinita* è una categoria esportata. Il prodotto segue la sua categoria predefinita, non le categorie secondarie.

Nota La colonna **Prodotti** indica il numero di prodotti associati per impostazione predefinita a ogni categoria. Un nome di categoria visualizzato in arancione segnala che nessun prodotto le è associato per impostazione predefinita: quella categoria non comparirà quindi nel flusso.

È fortemente consigliato usare la categoria più profonda come categoria predefinita di un prodotto, per trasmettere l'informazione più pertinente.

4.2 Associare la tassonomia dei prodotti Google

La colonna **Categorie di Google** compare quando l'opzione **Categoria di prodotto Google** è attivata nella scheda **Elementi opzionali** e almeno un paese è configurato.

1. Apra la scheda **Categorie**.
2. Clicchi sulla bandiera del paese, sulla riga della categoria da associare, per aprire il campo di inserimento.
3. Inizi a digitare il nome della categoria Google: compare un elenco di completamento automatico.
4. Selezioni la categoria più adatta, poi confermi con il pulsante di conferma.

Quando sono configurati più paesi, un selettore posto sopra la tabella consente di passare da un paese all'altro nella visualizzazione della colonna. Ogni paese riceve la tassonomia Google della propria lingua locale, quindi l'associazione va fatta paese per paese.

Consiglio di Google Utilizzi la categoria più specifica possibile. Preferisca « Abbigliamento e accessori > Abbigliamento > Abiti » a un semplice « Abbigliamento e accessori ».

4.3 Genere e gruppo di età per l'abbigliamento

Se attiva l'opzione **Sito di abbigliamento** nella scheda **Configurazione**, nella scheda **Categorie** compaiono due colonne aggiuntive: **Genere** e **Gruppo di età**. Le compila categoria per categoria, cliccando sul valore visualizzato.

Questi attributi sono obbligatori per gli articoli di abbigliamento spediti verso Stati Uniti, Regno Unito, Germania, Francia e Giappone. Sono consigliati per gli altri paesi e per le altre categorie.

Valori del gruppo di età

Valore	Fascia
Neonato	Fino a 3 mesi
Lattante	Da 3 a 12 mesi
Bambino piccolo	Da 1 a 5 anni
Bambini	Da 5 a 13 anni
Adulto	Adolescenti e oltre

4.4 Esclusioni automatiche

Indipendentemente dalle categorie, un prodotto viene escluso dal flusso se:

- è disattivato in PrestaShop;
- la sua categoria predefinita è esclusa dall'esportazione, oppure corrisponde alla radice del negozio;
- non ha né nome, né descrizione, né immagine;
- il suo prezzo è nullo o negativo;
- è esaurito e l'opzione **Esportazione di prodotti senza stock** è disattivata;
- non è associato al negozio corrente, in modalità multi-negozio.

La scheda **Diagnostica** conta queste esclusioni causa per causa dopo ogni generazione: veda il capitolo 11.

4.5 Escludere i prodotti uno per uno

Escludere un'intera categoria per lasciare fuori tre prodotti significa rinunciare a una sezione redditizia. La scheda **Prodotti** risolve questo caso: toglie dal flusso i prodotti che indichi, senza cambiare nulla della loro visibilità sul negozio.

1. Apri la scheda **Prodotti**.
2. Cerca il prodotto per nome, riferimento, identificativo o categoria nel campo di ricerca.
3. Clicca sull'icona della sua riga: una spunta verde significa esportato, un segnale di divieto rosso significa escluso.

Il prodotto escluso resta attivo, ordinabile e presente nelle sue categorie. Solo il flusso lo lascia fuori, le vendite organiche non cambiano. Sta tutta qui la differenza con i due ripieghi abituali: disattivare il prodotto o togliere « disponibile per l'ordine » lo toglie anche dal negozio, ed escludere la sua categoria si porta dietro tutti gli altri prodotti di quella categoria.

Agire su tutta una ricerca. Digita un termine nel campo di ricerca, poi usa **Escludere tutta la ricerca** oppure **Reintegrare tutta la ricerca**. L'azione riguarda tutti i prodotti corrispondenti, non solo la pagina visualizzata, e una conferma ne annuncia il numero. Con il campo di ricerca vuoto riguarda tutto il catalogo.

L'elenco è paginato e cercato lato server: si apre senza attese, anche su un catalogo di diverse decine di migliaia di referenze.

Da sapere:

- le esclusioni appartengono al negozio corrente, in modalità multinegozio;
- hanno effetto alla prossima generazione del flusso, manuale o tramite CRON;
- un prodotto già escluso dalla sua categoria lo segnala sulla propria riga, così non cerchi il motivo per cui il flusso non è cambiato;
- nel tuo catalogo PrestaShop non viene modificato nulla: il modulo conserva queste esclusioni in una tabella propria.

5. Le opzioni del flusso

Due schede contengono le impostazioni del flusso: **Configurazione** per il contenuto, le immagini e i file; **Elementi opzionali** per gli attributi aggiuntivi inviati a Google.

5.1 Contenuto testuale del flusso

Opzione	Effetto
Descrizione del prodotto	Scelga l'origine della descrizione: <i>Breve descrizione</i> (riassunto), <i>Descrizione lunga</i> , oppure entrambe una dopo l'altra.
Privilegiare i tag META	Utilizza il meta titolo e la meta descrizione al posto del nome e della descrizione del prodotto.
Rimuovere le maiuscole indesiderate	Google vieta l'uso massiccio delle maiuscole. Attivi questa opzione se subisce rifiuti di questo tipo.
Aggiungere il codice iso	Aggiunge il codice ISO della lingua di esportazione all'identificativo del prodotto, se ha bisogno di differenziare i suoi flussi.
Esportazione di prodotti senza stock	Mantiene nel flusso i prodotti la cui giacenza è pari a zero.
Negozio per adulti	Contrassegna gli articoli considerati riservati agli adulti, per tutti i paesi di destinazione.

5.2 Immagini

Opzione	Effetto
Formato immagine	Il formato PrestaShop utilizzato per i link delle immagini del flusso. Google consiglia l'immagine più grande e meglio definita a disposizione, entro il limite di 4 MB per file.
Numero massimo di immagini per prodotto	Da 1 a 20 immagini per prodotto.
Non esportare l'immagine di copertina	Impone alla seconda immagine di diventare l'immagine principale nell'esportazione. Utile quando l'immagine di copertina contiene elementi estranei al prodotto e provoca rifiuti. Si applica solo ai prodotti che hanno più immagini.

Scadenza immagini del 31 gennaio 2027 Google richiede immagini dei prodotti di almeno 500x500 pixel e applica questa regola a partire dal 31 gennaio 2027. Al di sotto di tale misura i prodotti vengono rifiutati. La scheda **Diagnostica** consente di individuare le immagini interessate: veda il capitolo 11.

5.3 Tasse e valute

La scelta fra *Tassa inclusa* e *Tassa esclusa* si effettua paese per paese nella scheda **Paesi**. I prezzi specifici e gli sconti attivi sono considerati nel prezzo esportato.

Forzare la valuta nell'URL del prodotto

Quando un flusso utilizza una valuta diversa da quella predefinita del negozio, la pagina di destinazione deve mostrare il prezzo corretto. Il modulo aggiunge allora dei parametri all'URL del prodotto, del tipo `?id_currency=2&SubmitCurrency=1`.

Il tranello del robots.txt Molti negozi aggiungono una regola in `robots.txt` per impedire l'indicizzazione delle varianti di valuta, del tipo `Disallow: /*&id_currency=`. Google Shopping utilizza però lo stesso robot del posizionamento naturale: se la pagina del prodotto è bloccata, Google non può verificare il prezzo e i suoi prodotti vengono rifiutati in Merchant Center.

Impostazione	Comportamento
Opzione attivata	I parametri di valuta vengono aggiunti all'URL. Il modulo mette <code>id_currency</code> per primo, in modo che una regola del tipo <code>Disallow: /*&id_currency=</code> , che richiede il prefisso <code>&</code> , non si applichi più. Da mantenere se il suo tema ha bisogno di questo parametro per mostrare il prezzo corretto.
Opzione disattivata	Il link del prodotto resta pulito, senza parametri. Il prezzo e la valuta provengono dal flusso stesso, che fa fede per un flusso destinato a un singolo paese in Merchant Center.

La disattivazione è consigliata se utilizza un flusso destinato a un singolo paese e blocca gli URL di valuta in `robots.txt`. L'attivazione è consigliata se il suo tema ha bisogno del parametro per restituire il prezzo corretto ai robot. La soluzione più pulita sul lungo periodo resta un negozio PrestaShop per paese, in multi-negozio, ciascuno con la propria valuta predefinita.

5.4 File, compressione e lotti di esportazione

Opzione	Effetto
Nome del file	Il prefisso del file di esportazione. Il paese e, se necessario, la lingua vengono aggiunti automaticamente.

Comprimere il flusso (gzip)	Produce un flusso <code>.xml.gz</code> , formato letto nativamente da Merchant Center. File più leggero di diverse volte, banda risparmiata, recupero più rapido sui cataloghi di grandi dimensioni.
Proteggere l'URL del flusso	Aggiunge un'impronta segreta al nome del file. Veda il capitolo 9.
Limitazione dell'esportazione	Numero di prodotti trattati per ciclo di esportazione. 2000 per impostazione predefinita. Abbassi questo valore (500 o 1000) in caso di errore 500 o di superamento del tempo limite; lo aumenti se il suo server è confortevole.

Queste opzioni cambiano l'URL del flusso Modificare il nome del file, attivare o disattivare **Comprimere il flusso (gzip)**, attivare o disattivare **Proteggere l'URL del flusso**: ognuna di queste azioni cambia l'indirizzo del flusso. Dopo una modifica di questo tipo, rigeneri i flussi e dichiari i nuovi URL in Google Merchant Center, altrimenti Google continuerà a interrogare un indirizzo che non esiste più.

L'esportazione è suddivisa in lotti per evitare i superamenti del tempo limite sui cataloghi di grandi dimensioni. I lotti si susseguono da soli: non deve avviare manualmente alcun ciclo.

5.5 Elementi opzionali

La scheda **Elementi opzionali** attiva gli attributi aggiuntivi inviati a Google.

Elemento	Dettaglio
Codice GTIN <code>[gtin]</code>	Codici a barre internazionali. Sceglie la variabile PrestaShop che li contiene: EAN13, UPC, ISBN, MPN, riferimento prodotto o riferimento fornitore. Un prodotto senza codice univoco è difficile da classificare e può essere escluso da alcuni programmi Shopping.
ID prodotto personalizzato	Sostituisce l'identificativo del prodotto con un'altra variabile. Da usare con prudenza: questo identificativo deve essere univoco e non deve mai cambiare.
Marchio <code>[brand]</code>	Il marchio del prodotto. Google richiede almeno due attributi fra marchio, MPN e GTIN.
Riferimento del produttore <code>[mpn]</code>	Il numero di prodotto del produttore.
Peso	Il peso del prodotto alla spedizione, utile se ha definito una regola di spedizione basata sul peso.
Costi di spedizione	Stima di spedizione per prodotto. Ha la precedenza sulle impostazioni globali definite in Merchant Center.

Utilizzare una quantità minima per i prezzi	Da attivare se alcuni prodotti hanno una quantità minima d'acquisto e la scheda prodotto mostra il prezzo corrispondente a tale quantità.
Prezzo di acquisto [cost_of_goods_sold]	Serve al monitoraggio del margine lordo nei rapporti Google. È configurabile un coefficiente di trasformazione per non trasmettere il prezzo di acquisto reale: 1 per il prezzo esatto, 0,9 per una riduzione del 10 %, 1,1 per un aumento del 10 %. Un'opzione consente di ripiegare sul prezzo di acquisto del prodotto quando quello della combinazione è pari a zero.
Categoria di prodotto [product_type]	Il suo albero di categorie, del tipo « Home > Donna > Abiti ».
Categoria di prodotto Google [google_product_category]	Attiva la colonna di associazione alla tassonomia Google nella scheda Categorie .
Tagging analitico	Aggiunge parametri UTM a tutti gli URL dei prodotti, per il monitoraggio in Google Analytics o in uno strumento equivalente. Inserisce <code>utm_campaign</code> , <code>utm_source</code> e <code>utm_medium</code> .

5.6 Combinazioni e articoli di abbigliamento

L'opzione **Combinazioni di prodotti per l'esportazione**, nella scheda **Configurazione**, esporta le combinazioni come prodotti distinti. Google definisce una variante come un gruppo di prodotti identici che differiscono solo per colore, materiale, motivo o taglia. Per ognuno di questi assi indica l'attributo PrestaShop corrispondente.

L'opzione **Sito di abbigliamento** aggiunge le impostazioni proprie dell'abbigliamento. Se colore, taglia, materiale o motivo sono gestiti da caratteristiche anziché da attributi, li indica anche qui.

5.7 Attributi attesi da Google

Attributo	Origine nel modulo
id	Identificativo del prodotto, oppure identificativo personalizzato
title	Nome del prodotto, oppure meta titolo se l'opzione è attivata
description	Descrizione breve o lunga, secondo l'impostazione scelta
link	URL del prodotto sul suo negozio
image_link	Immagine di copertina, nel formato scelto
availability	Secondo lo stato della giacenza

price	Prezzo del prodotto, con le tasse applicabili
-------	---

Attributi vivamente consigliati: brand , gtin , mpn , google_product_category , condition .

Per gli articoli di abbigliamento, richiesti anche in Francia, Germania, Regno Unito, Stati Uniti e Giappone: gender , age_group , color , size .

Il flusso rispetta la specifica RSS 2.0 con le estensioni Google Shopping.

6. Etichette personalizzate per Google Ads

Le etichette personalizzate, da `custom_label_0` a `custom_label_4`, servono a raggruppare i prodotti nelle campagne Google Ads secondo criteri che decide lei. Google Ads le utilizza poi come assi di segmentazione.

6.1 Configurare le etichette

1. Apra la scheda **Attributi di etichetta personalizzati**.
2. Per ciascuna delle cinque posizioni, da **Attributi di etichetta personalizzati 0** a **4**, selezioni la caratteristica prodotto PrestaShop che deve alimentarla.
3. Clicchi su **Salva le impostazioni**.

Nota Questa scheda compare solo se il negozio possiede almeno una caratteristica prodotto. Crei prima le sue caratteristiche in *Catalogo* → *Caratteristiche*, poi le compili sui prodotti.

6.2 Esempi di segmentazione

Etichetta	Valori possibili
Stagione	Primavera, Estate, Autunno, Inverno
Margine	Alto, Medio, Basso
Liquidazione	Sì, No
Più venduto	Sì, No

6.3 L'URL per i social network

Oltre alle caratteristiche prodotto, ogni posizione può ricevere il valore **URL per i social network**. Si tratta di un URL semplificato, destinato ad alimentare i link degli annunci su Facebook o su altre reti.

7. Generare i flussi e dichiarare gli URL in Merchant Center

7.1 Generare un flusso dal back office

1. Si assicuri che almeno un paese sia configurato e salvato, con la sua lingua, la sua valuta e il suo corriere.
2. Apra la scheda **Flusso**.
3. Individui la riga della coppia paese-lingua desiderata.
4. Clicchi su **Generare**.
5. Attenda la fine dell'elaborazione. Sulla riga compaiono allora la **Data dell'ultimo aggiornamento** e l'URL da fornire a Google Merchant Center.

Nota Se al posto del pulsante compare il messaggio « Convalidare la configurazione di questo Paese prima di poterne generare l'alimentazione », torni nella scheda **Paesi** e salvi la configurazione di quel paese.

7.2 La tabella dei flussi

Colonna	Contenuto
Paese	Il paese di destinazione
Lingua	La lingua del flusso
Generare	Avvia una generazione immediata
Data dell'ultimo aggiornamento	Data e ora dell'ultimo file prodotto
URL da fornire a Google Merchant Center	L'indirizzo da dichiarare in Merchant Center
Scaricare	Recupera il file dal back office, per ispezionarlo

7.3 Dove viene scritto il file

Il file viene scritto nella radice del negozio oppure nella directory di esportazione del modulo. Il nome è composto dal prefisso scelto, seguito dal paese e, in caso di più lingue, dalla lingua.

- Lingua unica: `prefisso_paese.xml`
- Più lingue: `prefisso_paese-lingua.xml`

Con la compressione gzip attivata, l'estensione diventa `.xml.gz`. Con la protezione dell'URL attivata, al nome si aggiunge un'impronta segreta.

Scrittura atomica Ogni esportazione viene scritta in un file temporaneo, poi messa al suo posto con un solo spostamento a operazione conclusa. Google scarica quindi sempre o il vecchio flusso completo o il nuovo flusso completo, mai un file troncato, anche se passa durante una generazione.

7.4 Dichiarare l'URL in Google Merchant Center

1. Acceda al suo account Google Merchant Center.
2. Apra *Prodotti* → *Feed* e clicchi sul pulsante per aggiungere un feed.
3. Selezioni il paese e la lingua di destinazione.
4. Scelga **Recupero pianificato** come metodo di inserimento.
5. Incolli l'URL visualizzato nella scheda **Flusso** del modulo.
6. Definisca la frequenza e l'orario di recupero.

Google scaricherà allora il suo file automaticamente all'orario indicato. Faccia in modo che il CRON venga eseguito prima di quell'orario.

7.5 Con quale frequenza aggiornare

Google consiglia un aggiornamento almeno quotidiano. Se il catalogo cambia spesso, per prezzi o giacenze, aumenti la cadenza.

Dimensione del catalogo	Cadenza indicativa
Meno di 5.000 prodotti	Da 2 a 4 volte al giorno senza difficoltà
Da 5.000 a 50.000 prodotti	1 o 2 volte al giorno
Più di 50.000 prodotti	1 volta al giorno, nelle ore di minor traffico

7.6 Tempi di elaborazione lato Google

- **Elaborazione:** un nuovo flusso viene in genere elaborato in poche ore, talvolta fino a 3 giorni lavorativi.
- **Esame:** un account recente può essere sottoposto a un esame iniziale più approfondito, fino a qualche settimana.
- **Aggiornamenti:** una volta stabilito il flusso, gli aggiornamenti vengono di norma recepiti in poche ore.

Lo stato dell'elaborazione si consulta in Merchant Center, in *Prodotti* → *Diagnostica*.

7.7 Dichiarare il feed su altre piattaforme

Il feed rispetta la specifica di Google Merchant Center, e la stessa specifica è accettata come origine dati RSS 2.0 da Meta (Facebook e Instagram), Pinterest, TikTok e Snapchat: il file pubblicato dal modulo può

esservi dichiarato così com'è. TikTok può anche importare direttamente un catalogo Google Merchant Center, ma solo quando tale catalogo è alimentato tramite recupero pianificato, che è esattamente la modalità di pubblicazione di questo modulo. Microsoft Advertising utilizza un proprio formato di file e offre invece un'importazione da Merchant Center.

Attenzione Ogni piattaforma mantiene i propri requisiti (limiti di lunghezza dei campi, categorie, attributi obbligatori). Il file viene accettato, ma i prodotti rifiutati vanno verificati su ciascuna piattaforma.

8. Automatizzare con il CRON

Il pulsante **Generare** e il CRON producono esattamente lo stesso file XML. Cambia solo l'innescò. Per un negozio in produzione, il CRON è il metodo consigliato.

8.1 Recuperare l'URL CRON

1. Apri la scheda **Cron**.
2. Individui il pannello della coppia paese-lingua desiderata: esiste un pannello per ogni flusso.
3. Scegli la scheda corrispondente al suo metodo: WebCron, curl, wget, PHP oppure cPanel / Plesk.
4. Clicchi sul pulsante di copia per mettere l'URL o il comando negli appunti.

8.2 I cinque metodi proposti

Metodo	Uso
WebCron	Incolla semplicemente l'URL in un servizio di webCron esterno. Non serve alcun accesso al server.
curl	Una riga da aggiungere al crontab del server, via SSH o tramite il pannello dell'hosting.
wget	Alternativa a curl, stesso principio.
PHP	Per gli hosting che consentono solo operazioni PHP. Se <code>php</code> non è nel PATH, usi il percorso completo.
cPanel / Plesk	Procedura passo passo per questi due pannelli, con il comando da incollare.

8.3 Capire un'espressione CRON

Un'espressione cron si compone di 5 campi, seguiti dal comando da eseguire: minuto (da 0 a 59), ora (da 0 a 23), giorno del mese (da 1 a 31), mese (da 1 a 12), giorno della settimana (da 0 a 7).

Espressione	Significato
<code>0 4 * * *</code>	Tutti i giorni alle 4:00
<code>0 */6 * * *</code>	Ogni 6 ore
<code>0 3,15 * * *</code>	Due volte al giorno, alle 3:00 e alle 15:00
<code>30 2 * * 1</code>	Tutti i lunedì alle 2:30

8.4 Raccomandazioni

- Pianifichi almeno un'esportazione al giorno, qualche minuto prima dell'orario di recupero definito in Google Merchant Center.
- Su un catalogo di grandi dimensioni, preferisca le ore di minor traffico, per esempio fra le 2:00 e le 6:00.
- Oltre i 50.000 prodotti, l'esportazione può durare diversi minuti: verifichi che il `max_execution_time` del suo server sia sufficiente.

Attenzione L'URL CRON contiene una chiave segreta. Non la pubblichi e non la condivida. Se rinnova la chiave di sicurezza (capitolo 9), gli URL CRON cambiano: dovrà aggiornare le sue operazioni pianificate.

9. Proteggere i flussi

9.1 Perché proteggere l'URL del flusso

Per impostazione predefinita, il nome del file del flusso è costruito a partire dal nome configurato e dal codice del paese. Il suo URL è quindi prevedibile. Chiunque conosca l'indirizzo del suo negozio può scaricare il file e recuperare tutti i suoi riferimenti, i suoi prezzi e i suoi livelli di stock.

La scheda **Flusso** mostra del resto un avviso finché la protezione non è attivata.

9.2 Attivare la protezione

1. Apra la scheda **Configurazione**.
2. Attivi l'opzione **Proteggere l'URL del flusso**.
3. Clicchi su **Salva le impostazioni**.
4. Torni nella scheda **Flusso** e rigeneri ogni flusso.
5. Annoti i nuovi URL e li dichiari in Google Merchant Center.

Il modulo aggiunge allora al nome del file un'impronta segreta derivata dalla sua chiave di sicurezza, il che rende l'URL impossibile da indovinare.

Non salti il passaggio 5 Attivare o disattivare questa opzione cambia l'URL del flusso. Se non dichiara il nuovo URL, Google continuerà a interrogare un indirizzo che non esiste più e segnalerà un errore di origine dati.

9.3 Che cosa la protezione non cambia

Il file resta un file statico pubblico, servito dal suo server web a piena velocità e senza autenticazione. Solo il suo nome diventa sconosciuto. Google recupera l'URL che lei ha dichiarato, esattamente come prima: la protezione non impedisce in alcun modo la lettura del flusso da parte di Google.

9.4 Rinnovare la chiave di sicurezza

Se un URL di flusso è stato condiviso per errore, o se sospetta una fuga di informazioni, rinnovi la chiave.

1. Apra la scheda **Flusso**.
2. Scenda fino al pannello **Sicurezza dei flussi**.
3. Clicchi su **Rinnova la chiave di sicurezza** e confermi.
4. Rigeneri tutti i suoi flussi.
5. Aggiorni gli URL in Google Merchant Center, sia i flussi di prodotti sia i flussi di promozioni.
6. Aggiorni le sue operazioni CRON con i nuovi URL.

Effetto immediato Il rinnovo elimina tutti i file generati e invalida immediatamente i vecchi URL, sia dei flussi di prodotti sia dei flussi di promozioni, così come gli URL CRON. Preveda di proseguire subito con i passaggi da 4 a 6.

9.5 Le altre protezioni del modulo

- File `.htaccess` scritto nella directory di esportazione: nessun elenco del contenuto della directory, nessun accesso ai flussi in corso di scrittura.
- Scrittura atomica: nessun flusso troncato può essere servito, nemmeno durante una generazione.
- Download dal back office autenticato tramite confronto della chiave a tempo costante.
- Nessuna chiamata a un servizio esterno dal back office.

9.6 La compressione gzip

L'opzione **Comprimere il flusso (gzip)**, nella scheda **Configurazione**, produce un flusso `.xml.gz`. Questo formato è letto nativamente da Google Merchant Center. Il file è più leggero di diverse volte: banda risparmiata e recupero più rapido sui cataloghi di grandi dimensioni.

Nota Anche attivare o disattivare la compressione cambia l'URL del flusso. Rigeneri e ridichiari i suoi URL in Merchant Center dopo questa modifica.

10. Il flusso di promozioni

10.1 Prezzi scontati e buoni sconto: due cose diverse

Due concetti vengono spesso confusi.

Caso	Dove avviene
Prezzi promozionali, cioè i prezzi scontati	Viaggiano già nel flusso di prodotti. Il modulo invia il prezzo scontato e le sue date di validità, Google mostra il prezzo barrato. Non c'è nulla da configurare.
Buoni sconto, del tipo « -20 % con il codice SUMMER »	Richiedono un flusso di promozioni separato, che Merchant Center si aspetta di trovare dichiarato sotto Promozioni .

10.2 Prerequisiti lato Google

Due condizioni 1. Deve prima richiedere l'accesso al programma *Merchant Promotions* in Google Merchant Center. Google convalida la richiesta manualmente, poi ogni promozione viene esaminata prima della pubblicazione.

2. Il suo codice deve funzionare per tutti i visitatori. Google testa realmente i codici: un codice che non funziona per tutti fa sì che la promozione non venga approvata e può penalizzare l'account.

10.3 Attivare e alimentare il flusso

1. Crei i suoi buoni sconto in *Catalogo* → *Regole del carrello* se non lo ha già fatto.
2. Apri la scheda **Promozioni** del modulo.
3. Attivi **Attivare il flusso di promozioni**.
4. Nella tabella, selezioni la colonna **Esporta** per ogni regola del carrello da pubblicare.
5. Compili la colonna **Titolo pubblico** (60 caratteri massimo).
6. Clicchi su **Salva impostazioni**.

10.4 Le regole del carrello sottoposte a verifica

Ogni regola del carrello viene verificata prima di essere proposta. Quelle che Google non può annunciare senza rischi vengono bloccate, con il motivo indicato in rosso.

Motivo del blocco	Significato
-------------------	-------------

Riservata a un solo cliente	La regola è nominativa, quindi inutilizzabile dai visitatori provenienti da Google
Scaduta	La sua data di fine è superata
Limitata ad alcuni prodotti	Google annuncia un'offerta valida sull'ordine, non su una selezione
Sconto su un prodotto specifico	Stesso motivo
Esclusa per questo paese	La regola non si applica al paese del flusso
Conversione di valuta impossibile	L'importo non può essere espresso nella valuta del flusso
Nessuno sconto esprimibile da Google	Il tipo di sconto non ha un equivalente Google
Titolo mancante	Google richiede una dicitura pubblica

Altre regole sono pubblicabili, ma accompagnate da un avviso arancione: offerta automatica senza codice, pochi utilizzi rimanenti, limitazione ad alcuni gruppi di clienti o ad alcuni corrieri, non cumulabile, restrizione per paese, spedizione gratuita non annunciata, importo tasse escluse, utilizzo parziale consentito, titolo che verrà troncato.

10.5 I tipi di offerta riconosciuti

- Sconto in percentuale
- Sconto in importo
- Spedizione gratuita
- Regalo in omaggio

L'acquisto minimo e le date di validità sono ripresi dalla regola del carrello.

10.6 Il titolo pubblico

Il nome interno di una regola del carrello è raramente adatto agli acquirenti. La colonna **Titolo pubblico** le consente di scrivere la frase che gli acquirenti leggeranno, per esempio « -20 % sul suo ordine con il codice SUMMER ». Il campo è limitato a 60 caratteri, come richiesto da Google.

Nota Il titolo è salvato per lingua, una per ogni lingua dei tuoi flussi: la stessa promozione può annunciare «-20 % sul tuo ordine con il codice SUMMER» nel flusso francese e «20% Rabatt auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER» in quello tedesco. La scheda propone solo le lingue dei tuoi flussi configurati. Una lingua lasciata vuota ricade sul nome della regola del carrello, che PrestaShop traduce già, e il campo mostra quel nome come suggerimento. Una promozione senza titolo né nome di regola del carrello nella lingua di un flusso resta fuori da quel flusso, perché Google richiede un'etichetta pubblica.

10.7 Generare e dichiarare i flussi di promozioni

Il pannello **Flussi di promozioni generati** elenca un flusso per ogni paese e per ogni lingua, con il proprio URL.

1. Clicchi su **Genera** sulla riga desiderata per aggiornare subito quel flusso.
2. Annoti l'URL visualizzato.
3. In Google Merchant Center, dichiari questo URL sotto **Promozioni**, separatamente dai suoi flussi di prodotti.

Il flusso di promozioni non ha bisogno di un proprio CRON: viene ricostruito insieme al flusso di prodotti dello stesso paese e della stessa lingua, e a ogni salvataggio della scheda **Promozioni**. Segue le stesse impostazioni di sicurezza e di compressione dei suoi flussi di prodotti.

Il file viene sempre pubblicato Anche in assenza di promozioni il file viene pubblicato: è un documento valido senza voci. Eliminare il file trasformerebbe un URL dichiarato per il recupero pianificato in un 404, che Merchant Center segnala come errore di origine dati.

Interrompere una promozione Togliere una promozione dal flusso non la ferma presso Google: una promozione approvata resta attiva fino alla sua data di fine. Per interromperla prima, la termini dalla pagina *Promozioni* di Merchant Center.

11. La scheda Diagnostica

La scheda **Diagnostica** riunisce tre analisi.

11.1 Audit delle immagini prodotto

Google richiede immagini dei prodotti di almeno 500x500 pixel e applica questa regola a partire dal 31 gennaio 2027. Al di sotto di tale misura i prodotti vengono rifiutati.

1. Apri la scheda **Diagnostica**.
2. Nel pannello **Audit delle immagini prodotto**, clicchi su **Analizza le mie immagini prodotto**.
3. Leggi la tabella dei risultati, poi l'elenco degli esempi.
4. Sui cataloghi di grandi dimensioni l'audit lavora per campione: lo rilanci per proseguire l'analisi.

Nota L'audit misura il file originale caricato da lei, non le miniature generate dal suo tema, perché è quel file originale che Google recupera.

Indicatore	Che cosa conta
Ultima analisi	Data dell'audit
Prodotti analizzati	Numero analizzato sul totale, con indicazione del campione se pertinente
Immagini sotto 500x500	Le immagini da correggere con priorità
Prodotti senza immagine di copertina	Questi prodotti non possono essere esportati
File immagine mancanti o illeggibili	File assenti o danneggiati sul server
Immagini conformi	Nessun intervento da prevedere

11.2 Rapporto sulla qualità del flusso

Dopo ogni generazione, il modulo registra perché alcuni prodotti sono stati esclusi dal flusso e quali prodotti esportati rischiano di non essere approvati. Il rapporto è presentato flusso per flusso, con la relativa data.

Causa	Cosa fare
Escluso: descrizione vuota	Compili la descrizione breve o lunga, oppure la meta descrizione.

Escluso: nessuna immagine	Aggiunga almeno un'immagine al prodotto.
Escluso: titolo vuoto	Compili il nome del prodotto, oppure il suo meta titolo se dà priorità ai tag META.
Escluso: la categoria predefinita è la radice del negozio	Assegni una vera categoria predefinita, diversa dalla radice del negozio.
A rischio: nessuna marca	Associ un produttore. Google richiede il marchio non appena il prodotto ne possiede uno.

Ogni causa è accompagnata da fino a 50 esempi di prodotti interessati, con il loro identificativo e il loro nome, per correggere direttamente nel catalogo.

Nota Se non compare alcun rapporto, generi prima un flusso: il rapporto è prodotto al termine della generazione. La dicitura « generazione incompleta » segnala un'esportazione che non è arrivata a termine.

11.3 Verifica degli indici del database

Indici mancanti possono rallentare fortemente l'esportazione sui cataloghi di grandi dimensioni, per esempio oltre i 250.000 prodotti. Il pannello **Verifica degli indici del database (prestazioni)** elenca gli indici consigliati, la loro presenza e il motivo per cui contano.

1. Apra la scheda **Diagnostica** e scenda fino a questo pannello.
2. Individui le righe contrassegnate da un segnale rosso: l'indice è assente.
3. Clicchi su **Crea l'indice** per aggiungerlo. La query SQL corrispondente è visualizzata sotto il pulsante.

Attenzione Esegua sempre questo tipo di modifica della struttura durante un periodo di traffico ridotto e si assicuri di disporre di un backup del suo database.

12. Risolvere i problemi più comuni

12.1 La generazione non riesce o restituisce un errore 500

Succede in genere sui cataloghi di grandi dimensioni, quando al server mancano tempo o memoria.

1. Abbassi il valore **Limitazione dell'esportazione** nella scheda **Configurazione**: provi con 500 o 1000.
2. Chieda al suo hoster di aumentare `max_execution_time`, con 300 o più come valore consigliato.
3. Gli chiedi di aumentare `memory_limit`, con 256M o più come valore consigliato.
4. Preferisca il metodo CRON al pulsante del back office: le chiamate CRON sono in genere meno vincolate.
5. Verifichi gli indici del database nella scheda **Diagnostica**.

12.2 La data e l'URL non si aggiornano dopo la generazione

1. Verifichi che la directory di esportazione sia accessibile in scrittura (chmod 755 o 775).
2. Si assicuri che il file XML non sia bloccato da un altro processo.
3. Verifichi che il server disponga di spazio su disco sufficiente.
4. Apra la console del suo browser (F12, scheda Console) e cerchi un eventuale errore JavaScript.

12.3 Alcuni prodotti mancano nel flusso

Faccia riferimento all'elenco delle esclusioni automatiche del capitolo 4.4, poi apra la scheda **Diagnostica**: conta le esclusioni dell'ultima generazione, causa per causa, il che mostra quale regola ha tolto i suoi prodotti.

Pensa anche alla scheda **Prodotti**: il prodotto potrebbe essere stato escluso uno per uno, vedi il capitolo 4.5.

12.4 L'URL CRON restituisce una pagina bianca o un errore

1. Apra l'URL CRON direttamente nel suo browser: l'eventuale messaggio di errore ne indicherà la causa.
2. Verifichi che la chiave di sicurezza contenuta nell'URL corrisponda a quella generata dal modulo. Una reinstallazione del modulo reimposta la chiave.
3. Se utilizza un servizio di webCron, si assicuri che il suo server accetti le relative richieste HTTP in entrata.
4. Verifichi che `mod_rewrite` (Apache) o il suo equivalente (Nginx) sia attivo per gli URL semplificati.

12.5 I prezzi del flusso non corrispondono a quelli del negozio

Causa frequente	Verifica
Impostazione delle tasse	La scelta fra tassa inclusa ed esclusa, per ogni paese, deve corrispondere a ciò che il negozio mostra ai visitatori di quel paese.
Valuta	La valuta associata al paese deve essere quella attesa da Google Merchant Center.
Prezzi specifici e sconti	Il modulo esporta il prezzo corrente, sconti e prezzi specifici attivi inclusi.
Prezzi per gruppo	Il prezzo esportato è quello visibile al gruppo clienti « Visitatore ».

Dopo la correzione, rigeneri il flusso e attenda che Google lo recuperi di nuovo.

12.6 I miei prodotti non vengono approvati in Merchant Center

Problema segnalato	Possibile correzione
GTIN o codice a barre mancante	Compili il campo EAN13 o UPC sui suoi prodotti, poi attivi Codice GTIN nella scheda Elementi opzionali .
Differenza di prezzo fra il flusso e il sito	Verifichi le impostazioni di valuta e di tasse, poi rigeneri il flusso dopo ogni cambio di prezzo.
Immagine troppo piccola o con filigrana	Utilizzi immagini sufficientemente grandi ed eviti il testo promozionale sovrapposto. Avvii l'audit delle immagini della scheda Diagnostica .
Descrizione assente o generica	Scriva descrizioni uniche e descrittive, di almeno 50 caratteri.
Maiuscole eccessive	Attivi Rimuovere le maiuscole indesiderate nella scheda Configurazione .
Pagina prodotto non raggiungibile	Verifichi che il prodotto sia attivo e che l'URL sia raggiungibile. Controlli i reindirizzamenti e gli errori 404. Se blocca i parametri di valuta in <code>robots.txt</code> , rilegga il capitolo 5.3.

12.7 Verificare la validità di un flusso

1. Scarichi il flusso dalla scheda **Flusso**, con il pulsante di download.
2. Lo apra in un editor di testo o in un browser per controllare la struttura XML.
3. In Google Merchant Center, apra *Prodotti* → *Feed*, clicchi sul suo feed e poi sulla scheda di elaborazione per leggere gli errori e gli avvisi.

12.8 Alcuni testi del modulo non sono tradotti

Li traduca da *Internazionale* → *Traduzioni*, scegliendo « Traduzioni dei moduli installati » e poi questo modulo. Il contenuto del flusso proviene sempre dai suoi dati prodotto, nella lingua configurata per il paese.

13. Licenza e assistenza

13.1 Il modulo funziona senza licenza

Importante La generazione dei flussi, il CRON, il flusso di promozioni e le diagnostiche funzionano senza licenza. Registrare la propria sblocca le notifiche di aggiornamento e l'assistenza prioritaria.

La licenza Mediacom87 è gratuita per ogni cliente di un modulo acquistato su Addons o PrestatoolBox.

Funzione	Senza licenza	Con licenza attiva
Esportazione dei flussi XML Google Shopping	Sì	Sì
Multi-paese e multi-lingua	Sì	Sì
Automazione tramite CRON	Sì	Sì
Tassonomia Google e combinazioni	Sì	Sì
Flusso di promozioni e diagnostiche	Sì	Sì
Notifiche di aggiornamento	No	Sì
Avvisi di passaggio a una versione maggiore	No	Sì
Assistenza prioritaria	No	Sì

13.2 Richiedere una licenza

1. Apra la scheda **Licenza**.
2. Nel blocco **Richiedi una nuova licenza**, indichi il suo indirizzo e-mail, la piattaforma di acquisto, il numero d'ordine e il dominio del suo negozio.
3. Clicchi su **Invia richiesta di licenza**.

Mediacom87 convalida il suo ordine manualmente. La licenza si attiva entro pochi giorni lavorativi.

13.3 Registrare una chiave esistente

Se una chiave le è già stata trasmessa, o se sta migrando il suo negozio da un altro dominio, la inserisca nel blocco **Ho già una chiave di licenza**, poi clicchi su **Convalida questa chiave**.

Se la chiave è registrata su un altro dominio, il modulo propone un modulo di richiesta di migrazione: indichi il nuovo dominio e il motivo, per esempio un rifacimento del negozio, un cambio di dominio o un nuovo hosting. Mediacom87 convalida la richiesta manualmente.

13.4 Seguire lo stato della licenza

Il blocco **Stato della licenza** mostra lo stato corrente, la chiave, il piano, la data di scadenza, il dominio registrato e la data dell'ultima verifica presso il server. Il pulsante **Verifica ora** impone una verifica immediata.

Gli stati possibili sono: attivo, in attesa di convalida da Mediacom87, rifiutata, revocata, scaduta, non valida oppure non registrata. In caso di rifiuto viene indicato il motivo.

13.5 Aggiornamenti

Il modulo verifica da solo la disponibilità di una nuova versione e, se necessario, mostra un banner in cima alla sua pagina di configurazione. Questa verifica richiede una licenza attiva.

La scheda **Changelog** ripercorre lo storico delle versioni, tradotto nella lingua del suo back office.

13.6 Contattare l'assistenza

Apra la scheda **Informazioni e supporto**, poi clicchi su **Contatto**.

Nelle versioni vendute direttamente, il pulsante apre un modulo in una finestra modale: indica il suo indirizzo e-mail per la risposta e il suo messaggio. Un riepilogo della sua installazione, calcolato lato server, viene allegato automaticamente all'invio, e il messaggio parte tramite il sistema di posta del negozio. Nelle versioni acquistate su Addons, il pulsante rimanda al modulo del marketplace.

Nota L'assistenza riguarda il modulo. La configurazione di Google Merchant Center, l'esame dei suoi prodotti e le decisioni di approvazione sono di competenza di Google.

13.7 Guida integrata

Due schede rispondono alla maggior parte delle domande senza uscire dal back office:

- **FAQ:** 42 domande suddivise in 9 temi, con tutte le risposte visibili senza doverle aprire.
- **Politica di sicurezza:** gli impegni di sicurezza del modulo.