



Elasticsearch Search & Faceted Navigation **Guide d'utilisation**

Module PrestaShop, version 4.21.0 · Compatible avec PrestaShop 1.7.7 à 9 · PHP 7.1 ou plus récent

Recherche instantanée, tolérante aux fautes de frappe, **avec un panneau de filtres moderne**

Ce module remplace la recherche native de PrestaShop par un vrai moteur de recherche, au choix **Elasticsearch**, **OpenSearch** ou **Meilisearch**, et ajoute une navigation à facettes moderne et entièrement configurable. Les visiteurs bénéficient d'une saisie semi-automatique instantanée avec vignettes et prix, de résultats tolérants aux fautes de frappe, et d'une expérience "Filtres" claire dans un panneau modal. Les prix affichés à un client sont toujours le prix exact et en temps réel pour son groupe et sa devise : rien de ce qui est affiché au moment du paiement ne provient jamais d'une valeur mise en cache ou indexée. Aucun serveur externe n'est nécessaire pour démarrer : dès que vous activez son interrupteur principal (section 1), le module fonctionne avec la recherche native de PrestaShop, et vous pouvez connecter un moteur externe dès que vous êtes prêt. Ce guide couvre chaque onglet du panneau de configuration, chaque option de chaque onglet, ainsi que les étapes concrètes pour les tâches qu'un commerçant doit réellement effectuer : installer, choisir un moteur, indexer le catalogue, construire des filtres, créer un modèle de filtres, rédiger une règle de merchandising, publier une page de filtre SEO et lire les statistiques de recherche.

1. Installation et première utilisation

1. Dans le back office, allez dans **Modules → Gestionnaire de modules → Ajouter un nouveau module** et sélectionnez le fichier ZIP du module.
2. Une fois installé, cliquez sur **Configurer** pour ouvrir la page back office propre au module. Il apparaît également comme une entrée à part entière dans le menu principal du back office.
3. Le module s'installe par défaut sur le moteur **Natif**, avec la navigation à facettes et la saisie semi-automatique déjà réglées sur Oui, mais avec l'interrupteur principal **Activer la recherche en front-office** sur Non : l'installation ne change donc rien pour les visiteurs tant que vous ne l'avez pas décidé. Pour passer en production, réglez cet interrupteur sur Oui dans l'onglet **Paramètres de recherche** et enregistrez : la recherche, les filtres et la saisie semi-automatique fonctionnent alors tout de suite sur le moteur natif, sans serveur externe et sans rien d'autre à configurer. Tout ce qui est décrit dans la suite de ce guide est du réglage fin, pas une condition pour passer en production.

Les mises à jour sont automatiques. Les mises à jour sont incluses et s'installent de la même manière que la première installation, via le Gestionnaire de modules. La page de configuration affiche un badge de statut avec la version actuellement installée et, lorsqu'une version plus récente existe, son numéro de version, juste à côté du logo, afin que vous sachiez toujours d'un coup d'œil si une mise à jour est disponible. Si le serveur web ne peut pas écrire dans le dossier du module, un

avertissement le signale sur la page qui s'ouvre avec Configurer, afin que vous puissiez corriger les permissions avant qu'une mise à jour n'échoue.

Le module requiert PrestaShop 1.7.7 ou plus récent et PHP 7.1 ou plus récent. Aucune extension PHP au-delà de ce dont PrestaShop a déjà besoin n'est requise pour le moteur natif. Connecter Elasticsearch, OpenSearch ou Meiliseach nécessite uniquement un accès HTTP ou HTTPS sortant depuis votre serveur PrestaShop vers ce serveur de recherche.

2. Choisir un moteur de recherche (onglet Connexions)

Ouvrez l'onglet **Connexions** et choisissez votre **Moteur**. Chaque autre onglet du module communique avec le moteur via la même abstraction, de sorte que la boutique se comporte de la même façon quel que soit le moteur choisi. Changer de moteur ne reprend pas l'ancien index : après être passé à (ou entre) Elasticsearch, OpenSearch ou Meiliseach, lancez une réindexation complète depuis l'onglet Tableau de bord (voir section 13).

Options de moteur

- **Natif** : aucun serveur externe. Le module lit directement votre base de données PrestaShop. Rien à indexer, rien à maintenir, et le choix recommandé lorsque vous n'avez pas de serveur de recherche dédié, ou pour un catalogue petit à moyen. Il n'y a ni analyseur ni score de pertinence sur ce moteur, donc plusieurs réglages de l'onglet Paramètres de recherche apparaissent désactivés ici (voir section 4) ; la tolérance aux fautes de frappe propre au module fonctionne malgré tout.
- **Elasticsearch** : prend en charge les versions majeures **6, 7, 8 et 9**, détectées automatiquement, y compris les différences de syntaxe de mapping entre 6.x et 7.2 ou plus récent. Recommandé pour les grands catalogues, ou dès que vous avez besoin de comptages de résultats rapides par valeur sur les filtres, puisque le moteur renvoie ces comptages en même temps que les résultats.
- **OpenSearch** : détecté automatiquement et traité comme un cluster moderne, quelle que soit sa version 1.x, 2.x ou 3.x.
- **Meilisearch** : une alternative légère et auto-hébergée, avec une forte tolérance aux fautes de frappe intégrée et un serveur simple à exploiter, sans avoir à gérer un cluster basé sur une JVM. Quelques fonctions se comportent différemment ou ne sont pas disponibles sur Meilisearch ; chacune est signalée dans ce guide là où elle s'applique (comptages de résultats des facettes sur les groupes de valeurs, certains réglages de l'onglet Paramètres de recherche, et un plafond de charge décrit à la section 4).

Paramètres de connexion Elasticsearch / OpenSearch

- **Actif** : lequel des serveurs saisis est réellement utilisé. Ajoutez un ou plusieurs serveurs et marquez-en un comme actif.
- **Nom, Schéma, Hôte, Port** : l'adresse du serveur. Pour un cluster partagé ou hébergé, vous pouvez saisir une URL complète, avec un chemin, directement dans le champ Hôte (par exemple `https://cluster.provider.com/my-space`).
- **Utilisateur / mot de passe d'authentification basique et Clé API** : l'authentification, si votre serveur en a besoin. Une fois enregistrés, le mot de passe et la clé API ne sont plus jamais réécrits dans la page : le champ reste vide avec l'indication "Enregistré, laissez vide pour le conserver". Laissez-le vide pour conserver la valeur enregistrée, saisissez-en une nouvelle pour la remplacer, ou cochez **Supprimer le mot de passe et la clé API enregistrés** pour effacer les deux. Une valeur enregistrée n'est conservée que pour le même serveur : si vous changez son schéma, son hôte, son port ou son chemin de base, saisissez à nouveau le mot de passe et la clé API.
- **Chemin de base** : un préfixe de chemin optionnel ajouté devant chaque requête, utile pour un espace de recherche loué sur une instance partagée. Laissez-le vide pour un cluster dédié.
- **Tester** : vérifie que le serveur répond avec les valeurs actuellement saisies dans le formulaire (pas nécessairement celles déjà enregistrées) et indique le moteur et la version détectés. Un identifiant qui n'a en réalité pas pu être enregistré n'est plus signalé comme bon par le test (voir la remarque ci-dessous).
- **Supprimer** : supprime cette ligne de serveur.

Paramètres de connexion Meilisearch

Un seul hôte : Schéma, Hôte, Port, une clé API (maître ou restreinte) et un Chemin de base optionnel, avec la même signification que ci-dessus. La clé API enregistrée est traitée de la même manière : elle n'est plus jamais affichée, elle est conservée si le champ reste vide pour le même serveur, et elle se supprime avec **Supprimer la clé API enregistrée**.

Paramètres partagés

- **Préfixe d'index (espace de noms)** : distingue chaque index pour chaque moteur, y compris les identifiants d'index Meilisearch. Sur une instance de recherche partagée avec d'autres boutiques ou environnements, c'est ce qui garde vos données séparées des leurs. Une nouvelle installation démarre avec son propre préfixe aléatoire, `ps_cll_` suivi de six caractères, afin que deux boutiques partageant un même moteur ne touchent jamais aux index l'une de l'autre ; une installation mise à jour depuis une version antérieure conserve le préfixe qu'elle avait. Si vous videz le champ, `ps_cll` est enregistré.

En multiboutique, les paramètres de connexion sont propres à chaque boutique : une boutique sans surcharge propre utilise la valeur globale par défaut. C'est ainsi que deux boutiques d'une même installation PrestaShop peuvent faire tourner deux moteurs différents en parallèle, par exemple l'une sur Elasticsearch et l'autre sur Meilisearch.

Un mot de passe ou un réglage contenant le caractère "inférieur à" disparaissait auparavant sans avertissement à l'enregistrement. Ce problème est corrigé : toute valeur enregistrée susceptible d'être altérée par le nettoyage propre à PrestaShop est désormais protégée, et toute valeur qui n'a pas pu être écrite est signalée comme une erreur plutôt que par une fausse confirmation d'enregistrement. Si vous générez des mots de passe pour votre serveur de recherche, il n'y a plus de raison d'éviter un caractère en particulier, mais le module vous indique désormais clairement si une valeur reçue ne peut pas être stockée, plutôt que de conserver silencieusement l'ancienne.

Search engine
Engine

Elasticsearch

Native (PrestaShop) works out of the box with no external engine and nothing to index. Choose Elasticsearch, OpenSearch or self-hosted Meilisearch for faster, typo-tolerant search on very large catalogs; switching to an external engine requires a full reindex.

Elasticsearch / OpenSearch servers
Add one or more servers and pick the active one. Supports ES 6.x to 9.x and OpenSearch 1.x to 3.x. For shared/hosted clusters you can put a full URL WITH a path (e.g. `https://cluster.host/my-space`) in the Host field, or use the Base path field.

Active	Name	Scheme	Host	Port	
☒	default	http	ps-dev-es6	9200	Test

Basic auth user

elastic

Basic auth password

Stored, leave empty to keep it

API key (base64, optional)

☐ Remove the stored password and API key

Remove

Base path (shared-hosting namespace, optional)

/my-space

Prepended to every request path. Leave empty for a dedicated cluster.

+

Add server

Index prefix (namespace)

ps_cll_7f3a9c

Namespaces every index for all engines (also the Meilisearch index uids). On a shared instance this is what isolates your data.

Connexions : choisissez le moteur, y compris "Natif", ajoutez un ou plusieurs serveurs, testez la connexion et définissez un préfixe d'index.

3. Paramètres de recherche, partie un : interrupteurs principaux, position du filtre et thèmes personnalisés

L'onglet **Paramètres de recherche** est le plus important du panneau et se divise en quatre groupes. Cette section couvre les deux premiers : les interrupteurs principaux et la position du bloc de filtres, ainsi que les trois champs destinés spécifiquement aux thèmes personnalisés. Les filtres de l'analyseur, la tolérance aux fautes de frappe et les réglages de recherche sont couverts à la section 4.

Interrupteurs principaux

Chacun des réglages suivants est un simple interrupteur Oui / Non pour l'ensemble de la boutique :

- **Activer la recherche en front-office** : l'interrupteur principal du module sur la boutique. Il est réglé sur Non lors d'une nouvelle installation, afin que rien ne change pour les visiteurs tant que vous ne l'activez pas.
- **Remplacer la recherche native** : lorsqu'il est activé, les résultats du module remplacent la page de résultats de recherche native de PrestaShop.
- **Revenir automatiquement à la recherche native** : si le moteur externe devient inaccessible, la boutique continue de fonctionner sur la recherche native plutôt que d'afficher une erreur aux visiteurs. Il en va de même pour une seule liste à laquelle le moteur répond par une erreur : avec cet interrupteur activé, cette page est servie par la recherche native au lieu d'une liste vide. Indépendamment de cet interrupteur, un moteur qui ne répond plus, dépasse le délai ou renvoie une erreur serveur est laissé de côté pendant 30 secondes, puis une seule vérification rapide décide s'il est de retour : un moteur lent ou bloqué ne ralentit donc jamais les pages de la boutique ; les modifications de produits qui n'ont pas pu lui être envoyées entre-temps sont mises en file d'attente et envoyées par l'appel cron suivant (section 13).
- **Saisie semi-automatique** : le panneau de suggestions qui s'ouvre pendant la saisie dans la barre de recherche.
- **Widget de recherche dans l'en-tête et remplacer la barre de recherche native** : si le module fournit son propre champ de recherche, à la place de celui de PrestaShop.
- **Navigation à facettes** : le panneau de filtres lui-même.
- **Afficher aussi les facettes sur la page de recherche** : par défaut, les facettes apparaissent sur les pages de catégorie ; ce réglage les étend également à la page de résultats de recherche. Elles nécessitent que **Remplacer la recherche native** soit activé : sans cela, la page de recherche est la liste propre à PrestaShop et les filtres n'y sont pas affichés.
- **Navigation à facettes en AJAX** : appliquer un filtre met à jour la grille sans recharger toute la page.
- **Pagination / tri / taille de page en AJAX** : désactivé par défaut. Lorsqu'il est activé, changer de page, d'ordre de tri ou de taille de page se fait également sans rechargement complet ; voir "La page suivante arrive sous la forme" ci-dessous pour les trois façons dont cela peut fonctionner.
- **Filtres aussi sur les pages marque, fournisseur, nouveaux produits, promotions et meilleures ventes** : étend la navigation à facettes au-delà des catégories et de la recherche à ces cinq pages de listing. Chacune conserve son propre ensemble de produits naturel et son propre ordre par défaut (les meilleures ventes restent triées par quantité vendue, les nouveaux produits restent triés du plus récent au plus ancien) ; la facette qu'une page rendrait inutile en est automatiquement retirée (par exemple la facette marque sur la page d'une marque). Ces pages utilisent la configuration de facettes globale de la boutique ; les modèles de filtres (section 7) ne leur sont pas assignés. Désactivez ce réglage pour rendre ces cinq pages au listing natif de PrestaShop.

Limitation connue des thèmes Classic et Hummingbird. Ces deux thèmes, et tout thème construit dessus, ne donnent jamais de colonne gauche à la page de résultats de recherche, sur aucune version de PrestaShop, de la 1.7.1 à la 9.1 : c'est la manière dont le thème met en page cette page précise, pas une limitation de PrestaShop, et aucune mise à jour n'y change rien. C'est pourquoi le module affiche le bloc de filtres via un second hook, de niveau mise en page, sur toute page conçue ainsi, afin que les facettes de la page de recherche fonctionnent quelle que soit la version. Ceci est invisible sur les deux thèmes standards. Le seul cas non couvert est un thème qui surcharge ce même hook de mise en page pour ses propres besoins ; sur un tel thème, utilisez le tableau des positions décrit plus loin, qui analyse les fichiers du thème actif et vous indique quelle position fonctionne réellement.

Interface de la navigation à facettes

Deux choix : une **fenêtre modale** (recommandé), ouverte par un bouton "Filtres" placé au-dessus de la grille de produits, ou une **barre latérale gauche classique**. L'interface en barre latérale laisse le réglage de position ci-dessous contrôler entièrement la mise en page ; avec l'interface modale, le script du module remonte toujours la barre "Filtres" juste au-dessus de la grille, quelle que soit la position choisie (voir la remarque plus bas).

Position du bloc de filtres

Sept choix : **Automatique** (par défaut : colonne gauche sur une mise en page qui en possède une, au-dessus de la grille sur une page qui n'en a pas), **Colonne gauche**, **Colonne droite**, **Au-dessus de la grille de produits** (pleine largeur), **Sous le titre de la catégorie**, **Sous l'en-tête du site** (pleine largeur), et **Là où le thème l'appelle**, qui s'affiche via le propre hook du module, `displayCllEssearchFilter`, afin qu'un thème ajoutant `{hook h='displayCllEssearchFilter' mod='cll_essearch'}` à l'un de ses propres templates puisse placer le bloc où il le souhaite.

À côté de la liste déroulante, un tableau en direct répertorie chaque position, indique si elle est réellement utilisable sur le thème actuel, et pourquoi. Il est construit en lisant les propres fichiers de template du thème actif (et du thème dont il hérite) pour voir quels hooks il appelle, ainsi que les mises en page de ses pages de listing de produits pour voir quelles colonnes ces pages possèdent réellement ; une position techniquement accrochée à un hook mais placée sur une mise en page pleine largeur sans colonne est correctement signalée comme inutilisable. En multiboutique, dans le contexte "toutes les boutiques", il répond pour chaque boutique active et la pire réponse l'emporte.

Limites connues du réglage de position, énoncées clairement plutôt que masquées :

- Avec l'interface de filtre **modale**, la position détermine seulement où le bloc se situe dans le code source de la page : le script du module remonte toujours la barre "Filtres" juste au-dessus de la grille, car c'est exactement ce que l'interface modale est conçue pour faire. Choisissez l'interface en barre latérale si vous voulez que la position contrôle entièrement la mise en page. "Là où le thème l'appelle" est la seule exception : le bloc reste exactement où le thème l'a placé.
- Avec l'interface en **barre latérale**, les deux positions dans le contenu et "Sous l'en-tête du site" affichent la liste de filtres sous forme de colonne verticale étirée sur toute la largeur de la zone de contenu. Cela fonctionne et filtre correctement, mais cela a été conçu pour une colonne, et cela se voit.
- Le contrôle ne peut lire que ce que le thème expose dans ses fichiers : un thème qui appelle un hook de façon conditionnelle depuis du PHP, ou sous un nom de variable, lui

reste invisible, de sorte qu'une position signalée comme inutilisable reste sélectionnable, et l'avertissement se répète simplement lorsque vous enregistrez.

La page suivante arrive sous la forme

Utilisé uniquement lorsque la pagination AJAX est activée. Trois choix : **la pagination numérotée du thème** (conservée pour les moteurs de recherche, et réaffichée une fois le plafond du bouton "Charger plus" atteint, voir ci-dessous), **un bouton "Charger plus"**, ou **le défilement infini**. Ces deux derniers modes ajoutent la page suivante sous la page en cours plutôt que de la remplacer.

Limite connue : un module qui décore les fiches produits en JavaScript après le rafraîchissement de la grille, comme une icône de liste de souhaits ou des étoiles d'avis, ne décore pas les fiches ajoutées par "Charger plus" ou le défilement infini, car l'événement déclenché par ces deux modes demande au thème de remplacer toute la liste, ce qui supprimerait tout ce qui a déjà été ajouté. Changer de page via la pagination numérotée, trier et changer la taille de page ne sont pas affectés.

Nombre maximal de pages ajoutées d'affilée

Le plafond pour "Charger plus" et le défilement infini (de 1 à 50). Une fois atteint, le visiteur retrouve la pagination normale. Gardez-le bas sur un grand catalogue : chaque page ajoutée reste dans le navigateur, et une page contenant des milliers de produits devient lente à faire défiler.

Choix du nombre de produits par page

Une liste séparée par des virgules, par exemple `12,24,48` . Laissez ce champ vide (valeur par défaut) pour ne pas afficher de liste déroulante. Une fois rempli, et si la pagination AJAX est activée, le module affiche sa propre liste déroulante de produits par page au-dessus de la grille et applique le choix sans rechargement.

Trois champs pour les thèmes personnalisés

Ces champs existent spécifiquement pour les thèmes au balisage non standard et doivent rester vides sur les thèmes Classic ou Hummingbird par défaut, ou tout ce qui est construit dessus, puisque le module les détecte déjà automatiquement. Un sélecteur incorrect ou vide ne supprime jamais les propres contrôles du module : s'il ne correspond à rien, ou n'est pas du CSS valide, le module revient à sa propre détection ou à son propre bouton, si bien qu'une erreur de frappe ici ne peut jamais priver les visiteurs de recherche ou de filtres.

Champ	Quand l'utiliser
Sélecteur CSS de la liste de produits	Le filtrage AJAX ne rafraîchit pas la grille de produits sur un thème personnalisé. Saisissez le sélecteur CSS du conteneur de la grille, par exemple <code>#product-list</code> ou <code>.products</code> .
Sélecteur CSS de la barre de recherche	La saisie semi-automatique ne s'active pas parce que la barre de recherche du thème n'utilise pas le balisage standard de PrestaShop. Saisissez le sélecteur CSS du champ de saisie. Renseigner ce champ masque le propre widget de recherche du module, afin que la page n'affiche jamais deux barres de recherche.
Sélecteur CSS du bouton Filtres	Le thème affiche déjà son propre bouton "Filtres". Saisissez son sélecteur CSS : ce bouton ouvre alors le panneau de filtres du module, et seul le propre bouton du module est masqué. Tout ce qui se trouve à l'intérieur du panneau, y compris le

curseur de prix, reste exactement identique. Utilisé uniquement avec l'interface modale.

Autocomplete Yes	Header search widget Yes	Replace the native search box (single search box) Yes
Faceted navigation Yes	Show facets on the search results page too Yes	AJAX faceted navigation (no page reload) Yes
AJAX pagination, sort and page size (no page reload) No	Filters on the brand, supplier, new products, price drops and best sellers pages too Yes	

How the filter block reaches the search results page: the Classic and Hummingbird themes lay that page out full width, with no left column, on every PrestaShop version from 1.7.1 to 9.1 alike. That is not a version limitation and no upgrade changes it, so the module renders the block from a second, layout-level hook on any page shaped that way. If your own theme puts the filters somewhere you do not expect on the search page, choose an explicit position in Filter block position below.

Faceted navigation UI Modal popup (recommended)	Filter block position Automatic (recommended)
---	---

Modal: a "Filters" button above the grid opens a two-pane popup. Sidebar: the classic left-column filter list.

Read the list on the right before choosing: it says what each position does and whether it works on the theme in use.

Important with the MODAL filter UI: the position decides where the block sits in the page source, but the module's own script still lifts the "Filters" bar to just above the product grid, because that is what the modal UI is. So on a modal shop the position changes nothing visible except with "Where the theme calls it", which is left exactly where you put it. Choose the sidebar UI above if you want the position to govern the layout in full.

With the SIDEBAR filter UI in the two in-content positions and under the site header, the filter list is drawn as it is, that is a vertical list stretched to the full width of the content. It works, but it was drawn for a column: check the result before leaving it on a shop.

What each position does, and whether your theme supports it (classic)

✓ Automatic (recommended)

The theme left column on pages that have one, above the product grid on pages that do not. This is what the module did before this setting existed, so leaving it here changes nothing.

✓ Left column `displayLeftcolumn`

Only the left column. Pages whose layout has no left column (the search page of the classic theme, any full-width category) show no filters at all.

✗ Right column `displayRightcolumn`

Only the right column. Beware: the stock classic and hummingbird themes do have a right column, but they put every product listing on a layout that has none, so this position renders nothing there until the listing layouts are changed on the Design / Theme page. The verdict on the left of this line says whether it works on the theme you are running.
Right column: this theme does call the hook, but none of its product listings uses a page layout that has that column, so the block would not appear anywhere. Change the layout of the listing pages on the Design / Theme page first, or pick another position. (on classic)

✓ Above the product grid, full width `displayContentWrapperTop`

Inside the content area, over the grid, on every listing. The usual choice for a full-width theme.

✓ Under the category heading `displayHeaderCategory`

Between the category title/description and the product grid.

✓ Under the site header, full width `displayNavFullwidth`

Above the breadcrumb, edge to edge. The block spans the page rather than the content column.

✗ Where the theme calls it `displayClEssearchFilter`

The block renders only where your theme calls the module hook, and nowhere else. Add this line to the theme template, at the spot you want:
(hook h='displayClEssearchFilter' mod='cl_essearch')
Where the theme calls it: this theme never calls that hook, so the block would not appear anywhere (on classic)

How this is checked: the module reads the .tpl files of the theme in use and of the theme it inherits from to see which hooks it calls, and the page layouts of the product listings to see which columns those pages actually have. In multistore it answers for every active shop when you are in the "all shops" context, and the worst answer wins. A theme that calls a hook from PHP, or with a variable name, cannot be seen by this check: a position reported as unusable therefore stays selectable, and you are warned again when you save it.

Next page arrives as

The theme numbered pagination

Only used when AJAX pagination is on. The button and the infinite scroll add the next page under the current one; the numbered pagination is kept in the page for search engines and comes back when the limit below is reached.

Known limit of the button and the infinite scroll: modules that decorate the product cards from JavaScript after the list is refreshed (wishlist hearts, review stars) do not decorate the cards that are appended, because the event they listen to asks the theme to replace the whole list, which would throw away everything already added. Changing page, sorting and changing the page size are not affected.

Maximum pages added in a row

5

Ceiling for the "Load more" button and the infinite scroll. Once reached, the visitor gets the normal pagination back. Keep it low on a large catalogue: every appended page stays in the browser and a page holding thousands of products becomes slow to scroll.

Products-per-page choices

12,24,48

Comma-separated list, e.g. 12,24,48. Leave empty (default) for no dropdown. When filled and AJAX pagination is on, the module draws its own products-per-page dropdown above the grid and applies the choice without reloading.

Product list CSS selector (custom themes)

Search box CSS selector (custom themes)

Paramètres de recherche : les interrupteurs principaux, l'interface de navigation à facettes, le tableau de position du bloc de filtres et les trois sélecteurs pour thèmes personnalisés.

4. Paramètres de recherche, partie deux : filtres de l'analyseur,

tolérance aux fautes de frappe et réglages de recherche

Filtres de recherche (analyseur)

Ces réglages s'appliquent **uniquement à Elasticsearch et OpenSearch** et nécessitent une réindexation complète après toute modification pour prendre effet ; ils apparaissent désactivés sur le moteur natif, qui n'a pas d'analyseur propre, ainsi que sur Meilisearch, qui possède son propre modèle de tolérance aux fautes de frappe séparé (ses valeurs enregistrées sont conservées, pas perdues, pour le jour où vous changerez de moteur).

- **Filtre d'élision** : retire un article accolé au mot suivant, par exemple "l'avion" devient "avion". La liste des articles à élider est modifiable.
- **Filtre de minuscules** : correspondance insensible à la casse.
- **Filtre de mots vides** : ignore les mots courants sans valeur de recherche. Laissez la liste vide pour utiliser la liste de mots vides par défaut d'Elasticsearch pour la langue.
- **Racinisation par langue (stemmer)** : associe un mot à sa racine, de sorte qu'une recherche pour "chaussure" trouve aussi "chaussures". Une liste de mots à exclure de la racinisation est disponible pour les termes que cela pénaliserait autrement. La langue de racinisation suit la langue propre de la boutique. Le polonais est indexé sans racinisation, car le stemmer intégré à Elasticsearch et OpenSearch ne propose pas le polonais ; la tolérance aux fautes de frappe reste active.
- **Filtre d'alias / synonymes** : une règle par ligne, par exemple `tv, television, telly`.

Tolérance aux fautes de frappe (moteur natif)

Un réglage spécifique au **moteur natif**, indépendant de la correction orthographique (fuzziness) disponible sur Elasticsearch et OpenSearch, et indépendant du modèle propre à Meilisearch. Lorsqu'une recherche exacte sur le moteur natif ne trouve rien, chaque mot inconnu est remplacé par le mot le plus proche trouvé dans les noms de produits et de marques, et les résultats corrigés s'affichent avec un message tel que "Aucun résultat pour X. Affichage des résultats pour Y à la place." Une recherche qui trouve déjà quelque chose n'est jamais modifiée et ne coûte rien de plus : le dictionnaire derrière ce mécanisme n'est consulté que sur une page à zéro résultat.

Le dictionnaire est construit par le cron, par le bouton "**Construire le dictionnaire maintenant**" sur cet onglet, ou automatiquement la première fois qu'une recherche à zéro résultat se produit sur une boutique sans cron configuré. Il apprend les mots de chaque produit au fur et à mesure de son enregistrement, et se rafraîchit lui-même une fois par semaine. Un tableau de statut, affiché uniquement lorsque le moteur natif est actif, indique par boutique et par langue combien de mots sont indexés et si la construction du dictionnaire est terminée.

Réglez "**Corriger les recherches mal orthographiées**" sur Non pour désactiver entièrement cette fonction sur le moteur natif.

Réglages de requête

- **Longueur minimale du mot** : la saisie semi-automatique commence à suggérer à partir de ce nombre de caractères (à partir de deux si la valeur est 0). Un terme de recherche plus court n'est pas ignoré : à partir de deux caractères, il est recherché de manière exacte, sans tolérance aux fautes de frappe (par exemple "tv" ou "hp") ; un

seul caractère, lorsque le minimum est de 2 ou plus, ne trouve rien au lieu de lister tout le catalogue. 0 signifie aucun minimum.

- **Type de recherche** : rechercher dans plusieurs champs (les champs choisis sur l'onglet Documents, section 5) ou uniquement dans le champ nom du produit.
- **Type de correspondance multi-champs** : la stratégie de correspondance Elasticsearch (`best_fields` , `most_fields` , `cross_fields` , `phrase` ou `phrase_prefix`). Laissez la valeur par défaut à moins de savoir déjà pourquoi vous avez besoin d'une autre.
- **Opérateur** : ET exige que chaque mot recherché soit présent quelque part ; OU n'en exige qu'un seul.
- **Correspondance minimale requise** : une expression de pourcentage ou de nombre Elasticsearch, par exemple `75%` , qui contrôle combien des mots recherchés doivent correspondre lorsque l'opérateur autorise que certains soient absents.
- **Correction orthographique (fuzziness)** : combien de modifications de caractères Elasticsearch ou OpenSearch tolère dans un mot avant d'arrêter de le faire correspondre : Désactivé, 1, 2, ou Auto (recommandé, qui adapte la tolérance à la longueur du mot).
- **Recherche à l'intérieur du mot (infixe)** : fait correspondre le début, le milieu ou la fin d'un mot, pas seulement son commencement. Lorsqu'activé, certains filtres de l'analyseur ci-dessus peuvent ne pas s'appliquer.
- **Poids : nom, référence, description** : combien chaque champ compte dans la pertinence lorsque "Type de recherche" est réglé sur plusieurs champs. Ces valeurs se combinent avec les poids déjà configurés sur la page Paramètres de la boutique > Recherche de PrestaShop, qui sont affichés à titre de référence juste sous ces trois champs.

Tous les filtres de l'analyseur et chaque champ de ce groupe "Réglages de requête", à l'exception de la longueur minimale du mot et de l'opérateur, apparaissent désactivés sur le moteur natif, puisqu'il interroge directement la base de données et n'a ni analyseur ni score de pertinence propre. Leurs valeurs enregistrées sont conservées et reprennent vie dès que vous passez à un moteur externe.

Ce que Meilisearch ignore sur cet onglet. Meilisearch possède son propre modèle de classement et ne tient pas compte du type de recherche, du type de correspondance multi-champs, de la correspondance minimale requise, de l'option infixe, ni des trois poids par champ, pas plus que des filtres d'analyseur d'élision, de minuscules et de racinisation. Ces réglages restent modifiables sur Meilisearch, volontairement : un champ désactivé n'est jamais transmis, et enregistrer son absence effacerait la valeur définie pendant que vous étiez sur Elasticsearch ; rien n'est donc perdu, cela ne fait simplement rien aujourd'hui. Les synonymes, les mots vides et la correction orthographique s'appliquent bien sur Meilisearch. La correction orthographique s'y comporte aussi différemment : sur Elasticsearch, un changement prend effet dès la prochaine recherche, sur Meilisearch il fait partie des réglages de l'index et ne s'applique qu'après une réindexation complète.

Search filters (analyzer)

☐ Elision filter

l,m,t,q,u,n,s,j

Articles to elide, e.g. "l'avion" → "avion".

☒ Lowercase filter

☐ Stop word filter

a,an,and,the,or,is,with,for,of

Empty = Elasticsearch default stop words.

☐ Language stemmer

words,to,keep

Words to exclude from stemming. Stemmer language follows the shop language.

☐ Alias / synonym filter

tv, television, telly

One rule per line. Requires a reindex.

Typo tolerance (native driver)

Correct misspelt searches

Yes

Native driver only (a search engine has its own spell correction, see "Spell correction" below). When the exact search finds nothing, each unknown word is replaced by the closest word of the product and brand names, and the results of that corrected search are shown with a "No results for X, showing Y" line. Searches that find something are not touched and pay nothing: the dictionary is consulted only on a zero-results page. The dictionary of words is built by the cron (or here with the button, or by the first zero-results search), learns new products as you save them, and is refreshed once a week.

Query settings

Minimum word length	Search type	Multiple field match type	Operator	Minimum should match
3	In multiple fields	best_fields	AND	75%

0 = no minimum

Spell correction (fuzziness)	Search between the word (infix)	Weight: name	Weight: reference	Weight: description
AUTO	No	6	4	1

Matches start/mid/last part of a word. When on, some analyzer filters may not apply.

Per-field weights are also read from PrestaShop's core Search page (Shop Parameters > Search). Current core weights: Product name 6, Reference 10, Short description 1, Description 1, Category 3, Brand 3, Tags 4, Feature 2, Attribute 2

Save

Paramètres de recherche : les filtres de l'analyseur, la tolérance aux fautes de frappe du moteur natif avec son tableau de statut du dictionnaire, et les réglages de requête.

5. Documents : choisir ce qui est indexé

L'onglet **Documents** comporte deux parties.

Types de documents à indexer

Un interrupteur Oui / Non par type de contenu : **produits**, **catégories**, **marques** (fabricants), et **pages CMS**. Désactiver un type le retire des résultats de recherche et des suggestions de saisie semi-automatique.

Champs indexables par type de document

Une liste à cocher par type de document, utilisée uniquement lorsque "Type de recherche" sur l'onglet Paramètres de recherche est réglé sur plusieurs champs. Pour les produits, cela inclut le nom, la référence, l'EAN13, l'UPC, le MPN, la description courte, la description longue, et le nom du fabricant. La recherche par nom de marque fonctionne de manière fiable sur tous les moteurs, natif comme externes ; un bogue de correspondance sur Elasticsearch et OpenSearch, où une recherche sur le nom propre d'une marque ne trouvait pas systématiquement ses produits, a été corrigé.

Un terme de recherche qui est exactement un code produit (référence, EAN-13, UPC ou MPN, du produit ou de l'une de ses déclinaisons) ne liste que les produits qui le portent, à condition que ce champ soit coché ici.

Les produits et catégories réservés à certains groupes de clients restent réservés. PrestaShop n'affiche un produit à un client que si l'une de ses catégories actives est ouverte à l'un des groupes du client, et le module applique la même règle partout où il liste des produits ou des catégories : résultats de recherche, filtres et leurs compteurs, saisie semi-automatique, raccourcis par catégorie, produits mis en avant d'une règle de recherche et page sans résultat. Un visiteur non connecté compte comme groupe visiteur ou invité. Sur un moteur externe, cette information est enregistrée dans l'index : une modification des groupes autorisés à voir une catégorie prend donc effet à la réindexation suivante ; sur le moteur natif, elle s'applique immédiatement.

Document types to index			
Products	Categories	Brands / manufacturers	CMS pages
☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes

Searchable fields per document type			
Used when "Search type" is set to multiple fields.			
Product	Category	Manufacturer	Cms
☒ name	☒ name	☒ name	☒ title
☒ reference	☒ description	☒ description	☒ content
☒ ean13		☐ short_description	☐ meta_description
☒ upc			
☒ mpn			
☒ manufacturer			
☒ description_short			

Documents : quels types de contenu sont indexés, et lesquels de leurs champs sont indexables.

6. Facettes : configurer les filtres

L'onglet **Facettes** est la configuration par défaut utilisée par toute catégorie n'ayant aucun modèle de filtres spécifique assigné (voir section 7), et par la page de recherche sauf si un modèle est marqué pour s'y appliquer aussi.

Options globales au-dessus du tableau des facettes

Option	Ce qu'elle fait
Afficher le nombre de résultats à côté des valeurs de filtre	Le nombre entre parenthèses à côté de chaque valeur de filtre. Automatique (recommandé) active les comptages pour Elasticsearch, OpenSearch et Meilisearch, qui les renvoient avec les résultats sans coût supplémentaire, et les désactive pour le moteur natif, où chaque comptage sans moteur externe est une requête distincte sur tout le catalogue. Sur un grand catalogue tournant sur le moteur natif, gardez ce réglage désactivé ; sur un petit catalogue, vous pouvez l'activer à la main.
Afficher la facette prix	Masque entièrement le filtre de prix, sur tous les moteurs, lorsqu'il est réglé sur Non. Les moteurs cessent alors totalement de le calculer. Cas d'usage typique : les prix sont entièrement personnels (un ERP ou une liste de prix contractuelle), de sorte qu'un curseur commun ne pourrait pas représenter ce que chaque client paie réellement. Quel que soit ce réglage, le filtre de prix est aussi masqué pour un client à qui PrestaShop lui-même cache les prix : en mode catalogue (sauf s'il est réglé pour continuer à afficher les prix) ou pour un groupe de clients qui n'est pas autorisé à les voir.
Proposer le tri par prix	Si les visiteurs peuvent trier par prix, indépendamment du filtre de prix ci-dessus.
Intégrer la taxe dans le prix indexé	Utilise la taxe du pays par défaut de la boutique au moment de l'indexation, uniquement pour le tri et le filtrage ; le prix réellement affiché à un visiteur est toujours calculé en temps réel par PrestaShop, jamais tiré de l'index. Remarque : le prix indexé est toujours celui de la combinaison par défaut d'un produit, donc un produit dont les combinaisons se vendent à des prix différents filtre et trie toujours à partir de cette seule valeur.
Recalculer les prix mis en cache immédiatement après un changement	Le prix mis en cache utilisé pour le tri et le filtrage est toujours supprimé immédiatement lorsqu'un produit, une combinaison ou un prix spécifique change, si bien qu'un prix obsolète ne peut jamais être affiché ; ce comportement ne peut pas être désactivé. Ce réglage décide seulement si la nouvelle valeur est recalculée immédiatement (recommandé pour un petit catalogue édité à la main) ou laissée pour le prochain appel du cron ou le prochain visiteur (recommandé si vous effectuez des imports en masse, puisque chaque produit enregistré paierait sinon un calcul supplémentaire).

Le tableau de configuration des facettes

Une ligne par facette : catégorie, marque, fournisseur, tags, prix, disponibilité, indicateurs nouveauté / promotion / état, les curseurs de poids, largeur, hauteur et profondeur, et chaque groupe de caractéristiques et de déclinaisons de votre catalogue. Chaque ligne comporte :

Colonne	Ce qu'elle fait
Actif	Active ou désactive la facette. Une case à cocher principale au-dessus de la colonne sélectionne ou désélectionne toutes les lignes d'un coup, utile sur un catalogue comptant des centaines de groupes de caractéristiques et de déclinaisons.
Facette	Le nom catalogue du filtre (lecture seule).
Pos	Son ordre parmi les autres facettes activées.
Libellé personnalisé	Remplace le nom affiché aux visiteurs, appliqué tel que saisi dans chaque langue. Laissez vide pour utiliser le nom par défaut, déjà traduit.

Affichage	Seuls les types d'affichage qui fonctionnent réellement pour cette facette sont proposés : case à cocher, bouton radio, liste déroulante, une pastille de couleur (groupes de déclinaisons couleur uniquement), ou un curseur (la facette prix et les quatre facettes de mesure, plus une caractéristique dont les valeurs sont détectées comme véritablement numériques, décrit ci-dessous).
Mode	ET exige qu'un produit corresponde à chaque valeur cochée dans cette facette ; OU (par défaut) n'en exige qu'une seule. ET se comporte désormais correctement aussi bien sur le moteur natif que sur tout moteur externe.
Ordre des valeurs	Comment les valeurs d'un même filtre sont listées : Comme renvoyées (le comportement historique, avec un regroupement alphabétique A à Z sur les longues listes), A à Z , Numérique (lit le nombre en tête, si bien que "9 cm" arrive avant "10 cm"), Plus de résultats en premier (revient à A à Z quand les comptages sont désactivés), ou Position catalogue (n'a de sens que pour les catégories et les déclinaisons, les deux seules à posséder une vraie colonne de position dans PrestaShop ; tout le reste revient à A à Z).
Comptages	Affiche ou masque le nombre de résultats pour cette facette précise, en plus du réglage global ci-dessus.
Replié	Si le filtre démarre replié dans le panneau.
Limite	Plafonne le nombre de valeurs listées avant qu'un "afficher plus" apparaisse.
Masquer si vide	Masque une valeur qui correspond actuellement à zéro produit.
Recherche	Ajoute une petite zone de recherche à l'intérieur du filtre, utile pour une longue liste de valeurs comme une liste de marques comptant des dizaines d'entrées.

Curseurs numériques sur les caractéristiques

Poids, Largeur, Hauteur et Profondeur sont toujours des curseurs portant sur les mesures du produit. Une caractéristique peut aussi être proposée sous forme de curseur, mais seulement lorsqu'elle remplit les conditions requises : au moins 90 % de ses valeurs distinctes doivent être interprétables comme un nombre pur (une unité telle que "120 cm" est acceptée ; l'unité affichée à côté du curseur est simplement la plus fréquente), avec au moins trois valeurs distinctes. Une virgule comme séparateur décimal n'est pas acceptée, puisque "1,000" se lit de deux façons différentes selon la convention, et deviner à tort est la meilleure façon pour un filtre de commencer à mentir aux visiteurs. Une caractéristique qui cesse de remplir les conditions après l'ajout de nouveaux produits revient automatiquement à une simple liste de valeurs plutôt que d'afficher un curseur qui ne peut plus fonctionner.

Pour les quatre facettes de mesure, une valeur de zéro est traitée comme "non renseignée", si bien qu'un produit sans poids ou dimension enregistré est exclu d'une sélection par plage plutôt que d'être compté comme ne pesant rien. À l'inverse, à l'intérieur d'une caractéristique numérique, un véritable zéro saisi par un commerçant est conservé comme une valeur réelle.

Groupes de valeurs

Regroupez plusieurs valeurs catalogue sous une seule étiquette affichée au visiteur, par exemple un groupe nommé "Rouge" qui correspond à la fois à "Cramoisi", "Écarlate" et "Bordeaux". Les valeurs regroupées disparaissent de la simple liste de filtre et le groupe prend leur place ; les valeurs que vous ne listez pas continuent de s'afficher seules.

Disponible sur les catégories, la marque, le fournisseur, les tags, l'état, et chaque caractéristique et déclinaison. Un groupe contient au maximum **2000** valeurs.

Le nombre affiché à côté d'un groupe est le nombre de produits que le groupe correspond réellement, pas la somme de ses membres (un produit portant deux nuances du même rouge n'est compté qu'une fois) ; le moteur natif comme Elasticsearch ou OpenSearch calculent cela exactement.

Meilisearch ne peut pas compter un groupe de valeurs comme un seul agrégat. Sur Meilisearch, un filtre groupé regroupe toujours ses valeurs et filtre correctement, mais n'affiche aucun comptage du tout à côté du groupe, plutôt qu'un comptage erroné. Une pastille de couleur groupée n'affiche non plus aucune couleur sur aucun moteur, puisqu'un groupe de plusieurs couleurs n'a pas de valeur hexadécimale unique ; réglez cette facette précise sur des cases à cocher à la place.

Pour créer un groupe : choisissez le filtre auquel il appartient, nommez le groupe, définissez sa position, puis listez les valeurs qu'il doit absorber, une par ligne (pour une caractéristique ou une déclinaison, le format est `Group name|||Value` , généré pour vous par le sélecteur situé à droite plutôt que saisi à la main). Enregistrez, et le groupe apparaît dans le tableau ci-dessus, où il peut être modifié ou supprimé.

Sélecteurs facettables historiques (liste blanche)

Un moyen optionnel de restreindre quels groupes de caractéristiques et quels groupes de déclinaisons peuvent devenir des facettes, utile sur un catalogue comptant bien plus de groupes de caractéristiques ou de déclinaisons que ce que vous souhaitez réellement proposer comme filtres. Laissez les deux listes vides pour autoriser tous les groupes.

numbers together with the results, but without one every number is a separate aggregate query over the whole catalog, which is what makes a filtered category page slow on a large catalog. Automatic therefore turns counts on with Elasticsearch / OpenSearch / Meilisearch and off on the native driver; on a big catalog without an engine, keep them off. **Currently:** counts are shown.

the engines skip the price computation entirely. Typical use: per-customer pricing (ERP/contract), where a shared price slider cannot match what each customer pays.

Take tax into indexed price

Yes

Uses the shop default country tax at index time. Display prices are always computed natively.

Note: the indexed price is the price of the default combination of each product. A product whose combinations sell at different prices takes part in the price filter and the price sort with that single value; the prices shoppers see are always computed live by PrestaShop.

Recalculate cached prices right after a change

No

When a product, a combination or a specific price changes, the cached price rows of that product are always dropped on the spot. That invalidation is never optional: no setting can turn it off, so the cache can never show an outdated price. This option only adds a step: with it enabled the fresh price is recomputed immediately, so not even the first visitor after the change has to wait. Recommended for small catalogs edited by hand; keep it off if you run bulk imports, because every saved product would pay an extra price computation, and the cron warm-up already refills the cache overnight.

Default template: this configuration is the fallback used for every category that has no specific filter template, and for the search page.

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☒	Categories	0	Categories	checkbox	OR	As returned	☒	☐	11	☒	☐
☒	Brand	2	Brand	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☒
☐	Supplier	2	Supplier	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☒	Price	1	Price	slider	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Availability	8	Availability	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	New product	91	New product	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	On sale	9	On sale	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Condition	91	Condition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	11	Width	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	11	Depth	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	11	Composition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Energy Class	6	Energy Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Material	4	Material	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Origin	5	Origin	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Property	11	Property	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Warranty	7	Warranty	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight Class	11	Weight Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐

Facettes : la configuration par défaut, utilisée par chaque catégorie sans modèle de filtres spécifique. Ce catalogue de démonstration compte à lui seul plus de deux mille lignes de caractéristiques et déclinaisons ; seules les premières tiennent ici, le reste fonctionne exactement de la même façon plus bas dans le tableau.

Value groups

Put several catalog values under one entry: a shopper reads "Red" and the filter matches Crimson, Scarlet and Burgundy at once. The grouped values disappear from the list and the group takes their place; values you do not list keep showing on their own.

The number next to a group is the count of products the group really matches, not the sum of its values (a product carrying two shades of the same red is one product). The native driver and Elasticsearch / OpenSearch both compute it exactly.

Filter	Group name	Values	Pos
No value group yet.			

Filter

- choose -

Group name

Position

0

Only value lists can be grouped. Price and the measurement sliders have no values to group.

Values in this group (one per line)

Pick from the catalog

Type to filter the values...

Click a value to add it to the list on the left.

For a feature or an attribute the value is written "Group|||Value", which is what the filter matches. Use the picker to add them without typing the separator.

Add group

Legacy facetable pickers (allowlist)

Optional: restrict which feature/attribute groups are exposed. Leave empty to allow all.

Feature groups

☐ Composition

☐ Energy Class

☐ Material

☐ Origin

☐ Property

☐ Warranty

☐ Weight Class

Attribute groups

☐ Color

☐ Dimension

☐ Paper Type

☐ Size

☐ ZZTest Attr 0001

☐ ZZTest Attr 0002

☐ ZZTest Attr 0003

Save

Facettes : le tableau des groupes de valeurs et les sélecteurs facettables historiques, plus bas dans le même onglet.

7. Modèles de filtres : un jeu de filtres différent par catégorie

Un modèle de filtres permet à une catégorie, ou à toute une branche de l'arborescence du catalogue, d'afficher un jeu de facettes différent de la configuration par défaut à l'échelle de la boutique définie dans l'onglet Facettes. Une catégorie sans modèle assigné, et sans catégorie ancêtre dont le propre modèle est réglé pour s'appliquer aussi aux sous-catégories, utilise toujours le modèle par défaut.

Créer un modèle

1. Cliquez sur **Ajouter un modèle de filtres**.
2. Donnez-lui un **Nom de modèle**.
3. Cochez "**S'applique aussi aux sous-catégories**" pour hériter le modèle sur toute la branche sous les catégories que vous assignez, et "**Utiliser aussi ce modèle sur la page de recherche**" si vous voulez ce jeu de filtres précis, plutôt que le modèle par défaut, sur la page de résultats de recherche.
4. **Produits par page** et **Tri par défaut** pour ce modèle : laissez "Produits par page" à 0 et "Tri par défaut" sur "Suivre l'onglet Sortie" pour simplement hériter des valeurs de la boutique définies à la section 8. Régler "Tri par défaut" sur "pertinence" est un choix réel et délibéré, pas une valeur vide : cela redonne à ce jeu précis de catégories l'ordre PrestaShop classique alors que le reste de la boutique est trié différemment.
5. Configurez le **tableau des facettes** pour ce modèle exactement comme décrit à la section 6 : c'est le même tableau, mais propre à ce modèle plutôt qu'à la configuration par défaut de la boutique.
6. **Assignez des catégories** depuis l'arborescence à droite.
7. Cliquez sur **Enregistrer le modèle**.

Le tableau en haut de l'onglet liste chaque modèle existant avec son nombre de catégories, s'il s'applique aux sous-catégories, s'il s'applique à la page de recherche, et les actions Modifier / Supprimer.

Le choix propre d'un visiteur pour l'ordre de tri dans la barre d'adresse l'emporte toujours sur le modèle et sur le réglage de la boutique, exactement comme c'était déjà le cas avant l'existence des modèles. Un modèle demandant un tri par prix alors que le tri par prix est désactivé à l'échelle de la boutique (section 6) revient silencieusement à l'ordre PrestaShop classique, comme le fait déjà la configuration par défaut de la boutique dans cette même situation.

Filter templates				
Assign a different filter set to specific categories. A category with no template (and no ancestor template that applies to subcategories) uses the Default template (the global Facets configuration). The search page uses the Default unless a template is flagged for search.				
Template	Categories	Subcategories	Search page	Actions
Default	all categories without a specific template	—	✓	edit in the Facets tab
All categories (curated)	1	✓	✗	Edit Delete
Electronics (category demo)	1	✓	✗	Edit Delete
Search results (curated)	0	✗	✓	Edit Delete
+ Add filter template				

Modèles de filtres : le modèle par défaut existe toujours ; chaque autre ligne est un jeu de filtres propre à une catégorie.

Products per page

0

0 = follow the Output tab setting. Applies to the listings this template governs.

Default sort

Follow the Output tab

Order used on these listings when the shopper has not picked one. "relevance" means the PrestaShop default order, which is also how a category gets its normal order back while the rest of the shop is sorted differently.

Facet configuration for this template

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☐	Categories	0	Categories	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Brand	1	Brand	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Supplier	2	Supplier	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Price	4	Price	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Availability	5	Availability	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	New product	6	New product	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	On sale	7	On sale	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Condition	8	Condition	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	10	Width	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	12	Depth	slide	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	13	Composition	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Energy Class	14	Energy Class	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Material	15	Material	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Origin	16	Origin	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Property	17	Property	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Warranty	18	Warranty	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐
☐	Weight Class	19	Weight Class	chec	Ol	As ret	☒	☐	0	☒	☐

Assign categories

☐ Home

☐ Clothes

☐ Men

☐ Women

☐ Electronics

☐ Electronics Essentials

☐ Electronics Pro Series

☐ Electronics Premium

☐ Electronics Value

☐ Electronics Deluxe

☐ Electronics Classic

☐ Electronics Modern

☐ Electronics Compact

☐ Electronics Heavy Duty

Création d'un nouveau modèle de filtres : nom, options d'héritage et de page de recherche, ses propres réglages de produits par page et de tri, son propre tableau de facettes, et l'arborescence des catégories à lui assigner.

8. Sortie : le listing, la saisie semi-automatique et le panneau de la

barre de recherche vide

Résultats & listing

L'apparence du listing lui-même (mise en page de la grille, nombre de colonnes, quels champs apparaissent sur une fiche produit) relève toujours de votre thème et n'est jamais surchargée ici, si bien que ce module n'entre jamais en conflit avec le design propre d'un thème commercial.

- **Produits par page** : 0 utilise le réglage propre de produits par page de PrestaShop. S'applique aux listings de catégorie et de recherche du module ; une valeur explicite dans l'adresse l'emporte toujours.
- **Tri par défaut** : l'ordre utilisé lorsqu'un visiteur n'en a choisi aucun. "pertinence" conserve le comportement par défaut de PrestaShop (position sur les catégories, meilleure correspondance sur la recherche) ; tout autre choix remplace aussi le tri par priorité de marque des catégories décrit à la section 12.
- **Options de tri à proposer** : quels ordres de tri apparaissent dans la liste déroulante côté visiteur.

Saisie semi-automatique

Option	Ce qu'elle fait
Style de saisie semi-automatique	Une liste déroulante sous la barre de recherche, ou une superposition plein écran ouverte en cliquant sur la barre de recherche.
Largeur plein écran	Uniquement pour la superposition plein écran : encadrée et centrée, ou étirée d'un bord à l'autre sur les grands écrans.
Nombre maximal de suggestions	De 1 à 48.
Afficher les images	Des vignettes à côté de chaque suggestion.
Format d'image des suggestions	Automatique utilise votre format d'image par défaut le plus petit pour le style déroulant, et un format carré plus grand pour la superposition plein écran afin que ses fiches ne soient pas floues ; ou choisissez un format précis parmi les réglages d'image propres à votre boutique.
Texte d'espace réservé (par langue)	Le texte affiché à l'intérieur de la barre de recherche vide, un champ par langue de la boutique. Laissez une langue vide pour utiliser le texte par défaut traduit.
Badge de suggestion	Pour une suggestion de produit : l'étiquette générique du type de résultat (par défaut), sa catégorie racine, sa référence, ou aucun badge du tout. Les autres types de suggestion (catégories, marques, pages CMS) conservent toujours leur propre étiquette de type.
Position du badge	Sous le nom du produit (par défaut) ou au-dessus.
Types de suggestions	Quels types de suggestion apparaissent : produits, catégories, marques, pages CMS.

Une suggestion de produit n'affiche son prix que lorsque PrestaShop lui-même l'afficherait à ce client : pas de prix en mode catalogue (sauf s'il est réglé pour continuer à afficher les prix), pour un groupe de clients qui n'est pas autorisé à voir les prix, ou pour un produit dont l'affichage du prix est désactivé.

Quand la barre de recherche est vide

Cliquer sur une barre de recherche vide peut ouvrir un panneau avec les termes les plus recherchés de la boutique et les recherches récentes propres au visiteur. Le clavier fonctionne aussi : la flèche du bas ouvre le même panneau, les flèches haut et bas le parcourent, Entrée suit la ligne surlignée, Échap le ferme, et une fois le panneau ouvert, Tab passe au bouton Effacer, Suppr retire la recherche récente surlignée et Maj+Suppr les retire toutes.

Option	Ce qu'elle fait
Recherches populaires	Tirées du journal de recherche propre à cette boutique (section 9), ce qui nécessite que "Journaliser les recherches" soit activé. La liste est agrégée en arrière-plan, rafraîchie plusieurs fois par jour, par le cron et aussi chaque fois que l'onglet Statistiques de recherche est enregistré ou ouvert ; une boutique sans cron obtient la liste une seule fois, la première fois que cet onglet est ouvert, puis elle cesse de se rafraîchir.
Recherches récentes (visiteur)	Conservées uniquement dans le stockage du navigateur propre à ce visiteur, jamais envoyées à la boutique ni journalisées par elle. Réglé sur Non, rien n'est lu ni écrit du tout ; le chargement de page suivant efface aussi tout ce qui y était déjà stocké.
Termes par liste	De 1 à 12, appliqué aux deux listes.
Rechercher dans une catégorie ou une marque	Ajoute des raccourcis tels que "Chercher t-shirt dans Hommes" sous les suggestions, restreints aux catégories et marques des produits déjà affichés dans le panneau (pas un comptage sur l'ensemble des résultats, ce qui explique pourquoi aucun nombre n'apparaît à côté ; une catégorie comptant beaucoup plus de correspondances plus bas dans le classement peut donc être absente de la liste). Trois raccourcis maximum, les catégories en premier. Nécessite que "Remplacer la recherche native" et le bloc de filtres soient tous deux activés.

Niveau de journalisation

Le niveau de détail que le module écrit dans son propre journal de diagnostic : Informatif, Avertissement, Erreur ou Majeur. Laissez ce réglage par défaut, sauf lorsque vous effectuez un dépannage avec le support.

0 = use the PrestaShop products-per-page setting. Applies to the category and search listings served by this module; an explicit resultsPerPage in the URL still wins.

Order used when the shopper has not picked one. "relevance" keeps the PrestaShop default (position on categories, best match on search); any other choice also replaces the brand-priority category sort of the Search settings tab.

Sort options to offer

☒ relevance
☒ price_asc
☒ price_desc
☒ name_asc
☒ name_desc
☒ date_desc
☒ quantity_desc
☐ sales_desc
☐ available_desc

Autocomplete

Autocomplete style

Full-screen width

Max suggestions

Show images

Full-screen overlay

Boxed (default)

18

Yes

Full-screen: clicking the search box opens a large fixed search bar with results across the whole screen.

Full width: on wide screens the overlay content stretches edge to edge instead of staying centered.

Suggestion image format

Automatic

Automatic uses small_default for the dropdown style, and a larger square format for the full-screen overlay so its cards are not blurry.

Placeholder text (per language)

Suggestion badge

Badge position

en

Search our catalog

it

Search our catalog

Shown inside the search box, in the shopper language. Leave a language empty to use the translated default.

Product root category

Below the product name (default)

For products, show the root category or the reference instead of the generic type label. Other suggestion types keep their type label.

Suggest types

☒ product
☒ category
☐ manufacturer
☐ cms

When the search box is empty

Clicking in an empty search box opens a panel with the most searched terms of the shop and the last searches of that visitor. Keyboard: the down arrow opens the same panel, up and down walk it, Enter follows the highlighted line, Escape closes. Clearing the recent searches works without a mouse too: Tab from the search box moves onto the Clear button, Delete removes the highlighted line and Shift+Delete removes them all.

Popular searches

Recent searches (visitor)

Terms per list

Search inside a category or a brand

Yes

Yes

6

Yes

Taken from the search log of this shop (Search analytics tab), so it needs "Log searches" to be on. Terms are aggregated in the background and refreshed a few times a day: a search made a minute ago does not appear at once.

Stored in the browser of the visitor (localStorage) and nowhere else: they are never sent to the shop, never logged, and the visitor can wipe them from the panel itself. Set to No and nothing is read or written at all.

Applies to both lists, 1 to 12.

Adds shortcuts such as "Search t-shirt in Men" under the suggestions, which open the results already filtered. Needs "Take over the search page" and the filter block to be on, otherwise the link would land on unfiltered results and the shortcuts stay hidden.

Limit: the categories and brands offered are those of the products already shown in the panel, not a count over the whole result set, which is why no number is shown next to them. A category holding many more matches further down the ranking can be missing. At most 3 shortcuts, categories first.

On a multistore, "Take over the search page" is a per-shop setting; the shortcuts follow it shop by shop, so they can be visible on one shop of the store and absent on another.

Log level

Informative

Save

Sortie : résultats et listing, le style de saisie semi-automatique et ses options de suggestion, et le panneau affiché lorsque la barre de recherche est vide.

9. Statistiques de recherche

Ce que les visiteurs recherchent réellement et, plus précieux encore, quelles recherches ne renvoient aucun résultat, c'est-à-dire des ventes perdues. Seul le texte de la requête est stocké ; aucune donnée personnelle.

- **Journaliser les recherches** : active ou désactive le journal de recherche. Les recherches populaires (section 8) nécessitent que ce réglage soit activé.
- **Conserver les données (jours)** : 0 les conserve indéfiniment ; les lignes plus anciennes sont sinon supprimées automatiquement.
- **Période** : 7, 30 ou 90 derniers jours, pour les chiffres ci-dessous.

Quatre compteurs : total des recherches, requêtes uniques, recherches à zéro résultat, et le pourcentage de recherches n'ayant renvoyé aucun résultat. Une recherche ne compte qu'une fois par visiteur et par jour pour un même terme, et un visiteur ajoute au plus 30 recherches par jour : un seul visiteur ne peut donc ni gonfler ces chiffres ni pousser un terme parmi les recherches populaires. Le visiteur est reconnu par une empreinte journalière de son adresse, conservée uniquement pour la journée dans le cache du serveur et jamais écrite dans le journal des recherches.

Recherches les plus fréquentes : les termes les plus recherchés, chacun avec son nombre d'occurrences, son nombre moyen de résultats, et un bouton **Masquer** qui l'ajoute en un clic à la liste "ne jamais suggérer" ci-dessous.

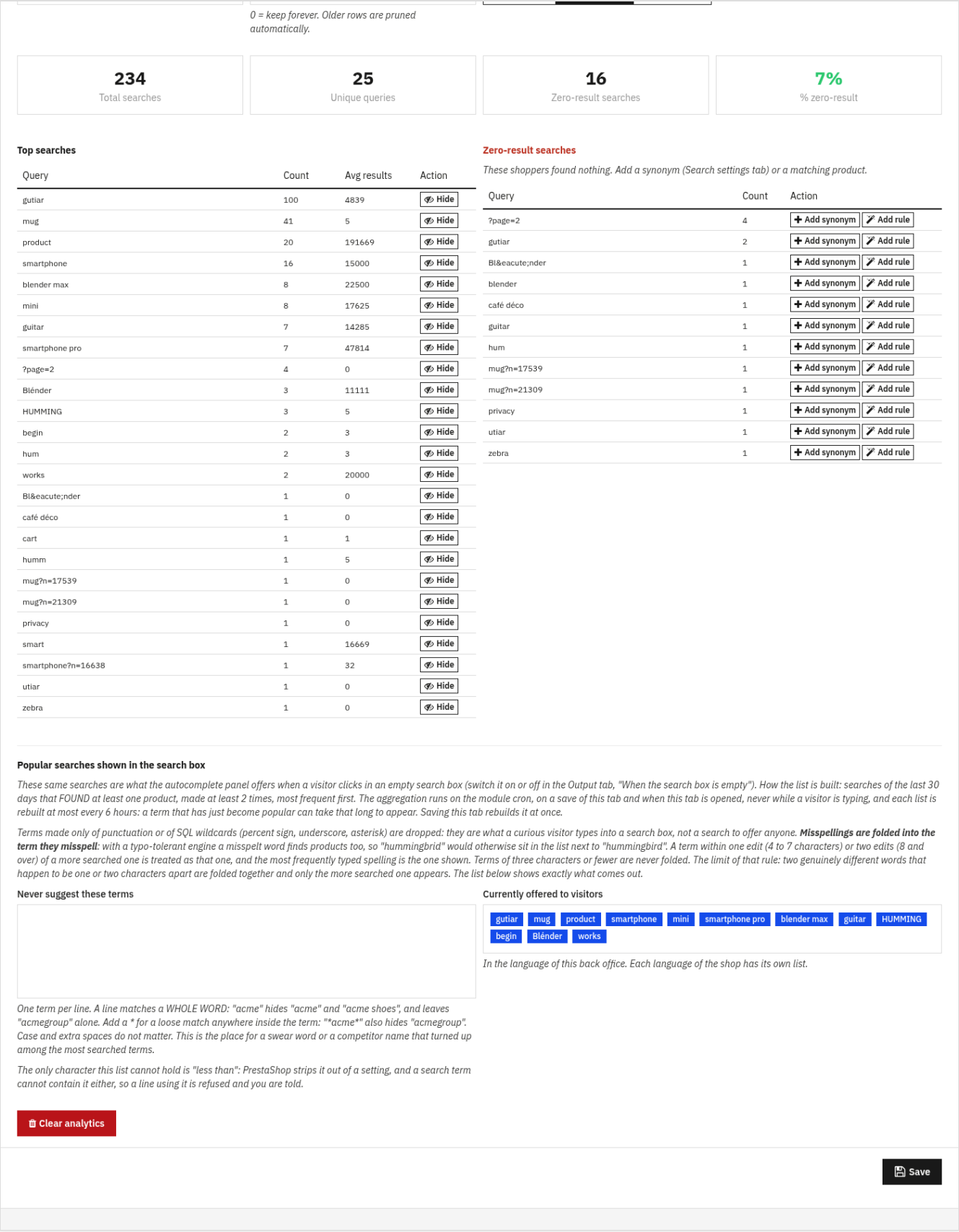
Recherches à zéro résultat : ce que les visiteurs ont recherché sans rien trouver. Chaque ligne propose **Ajouter un synonyme**, qui renvoie vers l'onglet Paramètres de recherche, et **Ajouter une règle**, qui ouvre l'onglet Merchandising (section 10) avec ce terme déjà renseigné.

Recherches populaires affichées dans la barre de recherche

La même liste qui alimente le panneau de la barre de recherche vide décrit à la section 8. Elle est construite à partir des recherches de la période configurée ayant trouvé au moins un produit, effectuées au moins un nombre minimal de fois, les plus fréquentes en premier, agrégées par le cron et lors d'un enregistrement ou d'une ouverture de cet onglet, jamais pendant qu'un visiteur tape. Les termes composés uniquement de ponctuation ou de caractères génériques SQL sont écartés. Sur un moteur tolérant aux fautes de frappe, une faute d'orthographe est fusionnée avec le terme correctement orthographié dont elle est proche, de sorte que "hummingbrid" ne se retrouve pas dans la liste à côté de "hummingbird" ; l'orthographe réellement affichée est celle que les visiteurs tapent le plus souvent. Cette fusion a une limite assumée : deux mots réellement différents mais séparés par un ou deux caractères peuvent être fusionnés, et seul le plus recherché des deux apparaît alors ; le tableau sous le réglage montre exactement ce qui en résulte.

Ne jamais suggérer ces termes : un terme par ligne, comparé comme un mot entier, si bien que "acme" masque "acme" et "acme shoes" mais laisse "acmegroup" tranquille ; ajoutez un * pour une correspondance large n'importe où à l'intérieur du terme. C'est l'endroit approprié pour le nom d'un concurrent ou un mot indésirable qui se retrouve parmi les termes les plus recherchés de la boutique.

Effacer les statistiques : efface chaque recherche journalisée pour cette boutique. Cette action est irréversible.



Ordre de priorité

1. Une règle de redirection l'emporte en premier : elle se déclenche avant même qu'un résultat soit calculé.
2. Sinon, la recherche se déroule normalement, avec le moteur, les synonymes et la tolérance aux fautes de frappe s'appliquant comme d'habitude.
3. Une règle de mise en avant ou de boost place ensuite ses produits en tête, avant la pagination.
4. La page de zéro résultat (ci-dessous) arrive en dernier, uniquement lorsque la recherche n'a finalement rien trouvé après tout ce qui précède.

Entre les règles, une correspondance exacte de terme l'emporte sur "contient", qui l'emporte elle-même sur un motif ; à l'intérieur d'un même type de correspondance, votre propre position, puis l'identifiant de la règle, décide de l'ordre. La première règle correspondante l'emporte, et les règles ne se cumulent jamais. Les trois types de règle s'effacent dès l'instant où un visiteur applique un filtre à facette ou choisit son propre ordre de tri, puisqu'un produit mis en avant n'a pas forcément à correspondre au terme et n'a pas sa place dans une sélection qu'il pourrait contredire, ou en tête d'une liste "du moins cher au plus cher" ; votre propre ordre de tri par défaut (section 8) n'est pas un choix du visiteur et ne désactive pas les règles. La pagination est la seule exception : les produits mis en avant occupent les premières places de l'ensemble du listing, si bien que la page 2 et les suivantes continuent après eux plutôt que de les répéter.

Créer une règle de recherche

1. Cliquez sur **Ajouter une règle de recherche**.
2. Choisissez **Quand le terme de recherche** : correspond exactement, contient, ou correspond à un motif (utilisez * comme joker, par exemple `iphone*`). La casse, les accents et la ponctuation sont toujours ignorés.
3. Saisissez le **Terme**, choisissez une **Langue** (ou "Toutes les langues"), et une **Position** parmi les autres règles.
4. Choisissez ce qui se passe **Alors** : épingler des produits mis en avant en tête quelle que soit la correspondance, booster les produits correspondants plus haut sans épingler les autres, ou rediriger le visiteur.
5. Pour une règle de mise en avant ou de boost, choisissez jusqu'à **24 produits** en tapant leur nom ou leur référence, dans l'ordre où vous voulez les voir apparaître.
6. Pour une redirection, choisissez le type de cible (une catégorie, une page CMS, un produit, une marque, ou une URL simple commençant par `http://`, `https://` ou un `/` initial), son identifiant ou son URL, et le code HTTP : 302 sauf certitude absolue, puisqu'un 301 est mis en cache par les navigateurs et difficile à annuler.
7. Cliquez sur **Enregistrer la règle de recherche**.

Un index de recherche incapable de filtrer sur une liste précise d'identifiants de produits ne peut pas servir les produits mis en avant ou boostés d'une règle ; lorsque cela concerne votre index actuel, l'onglet vous l'indique et demande une réindexation complète depuis l'onglet Tableau de bord. Les règles de redirection et la page de zéro résultat fonctionnent dans tous les cas, puisqu'aucune des deux n'a besoin que le moteur filtre sur une liste de produits.

Multiboutique : les règles de recherche sont le seul réglage de cette page qui n'est pas partagé. Tout autre réglage de ce module est propre à chaque boutique avec un repli global ; une règle enregistrée alors que "Toutes les boutiques" est sélectionné est stockée pour la seule boutique qui se trouvait alors dans le contexte, pas partagée avec les autres. Basculez vers la boutique pour laquelle la règle est destinée avant de l'enregistrer, et répétez la règle sur chaque boutique qui en a besoin.

Page de zéro résultat

Ce qu'un visiteur voit lorsqu'une recherche ne trouve rien, après que les synonymes et la tolérance aux fautes de frappe ont tous deux déjà échoué, affiché sous le message "aucun résultat" propre au thème, sur la page de recherche uniquement.

- **Afficher la page de zéro résultat** : activé ou désactivé.
- **Produits à suggérer** : jusqu'à 24, choisis de la même manière que pour une règle de recherche.
- Par langue : un champ **Titre** et un champ **Texte** (les balises HTML de base sont autorisées).

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

Add search rule

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page

Products to suggest

Yes

Type a product name or reference

English (English)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Save zero-result page

Save

Merchandising : l'ordre de priorité, le tableau des règles de recherche, et la page de zéro résultat en dessous.

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

New search rule

When the search term	Term	Language	Position
is exactly		All languages	0

Case, accents and punctuation are ignored. With the pattern mode, * stands for anything (e.g. "iphone*").

Then	Enabled
Featured products: put them on top, matching or not	Yes

Products

Type a product name or reference

In this order, at the top of the results. A product must be active, associated to this shop and visible in search. Up to 24 products per rule.

 Save search rule

Cancel

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page	Products to suggest
Yes	Type a product name or reference

English (English)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

 Save zero-result page

 Save

Création d'une règle de recherche : la condition de correspondance, le terme, l'action, et le sélecteur de produits pour une règle de mise en avant ou de boost.

11. Pages d'atterrissage de filtre SEO

Par défaut, chaque URL filtrée qu'un visiteur peut construire (une catégorie avec une marque et une couleur cochées, par exemple) est marquée `noindex, follow`, afin que les moteurs de recherche ne soient jamais invités à indexer les combinaisons quasi infinies qu'un système à facettes peut produire. Cet onglet vous permet de transformer délibérément un petit nombre choisi de combinaisons intéressantes en véritables pages d'atterrissage indexables, chacune avec son propre titre, sa méta-description, son titre, son texte d'introduction et une adresse lisible telle que `/red-running-shoes`, portant sa propre balise canonique auto-référencée. L'ancienne adresse en chaîne de requête d'une page ayant depuis reçu une URL conviviale

redirige vers celle-ci avec un 301, afin qu'un lien déjà indexé continue de fonctionner et transmette son classement.

Créer une page de filtre SEO

1. Réglez "**Activer les pages d'atterrissage SEO**" sur Oui, et définissez éventuellement un **préfixe d'URL** (laissez vide pour des pages à la racine, par exemple `/red-running-shoes` ; un préfixe comme "filters" donne `/filters/red-running-shoes`, utile si les adresses de vos propres catégories n'ont pas d'identifiant numérique, puisqu'une adresse à un seul segment serait sinon captée en premier par la route des catégories).
2. Cliquez sur **Ajouter une page de filtre SEO**.
3. Choisissez la **Portée** : un listing de catégorie, ou la page de recherche. Pour une catégorie, choisissez la **Catégorie cible**.
4. Définissez la **Clé d'URL**, l'adresse réelle de la page. Elle se remplit à partir du méta-titre de votre langue par défaut au fur et à mesure de la saisie, et reste modifiable ; une clé déjà utilisée par une catégorie, un produit, une page CMS, une autre page SEO, une page du cœur, un dossier d'installation, ou l'URL conviviale propre à un autre module, est refusée, tout comme une clé qui commencerait comme un identifiant de catégorie.
5. Construisez la **combinaison de filtres à autoriser** : marques, tout groupe de déclinaisons, tout groupe de caractéristiques, disponibilité, état, les indicateurs Nouveauté et Promotion, et une fourchette de prix, le tout sous forme de listes à sélection multiple.
6. Par langue, renseignez le **Méta-titre**, le **Titre H1**, la **Méta-description** et un **Texte d'introduction** (balises HTML de base autorisées). Le titre H1 s'affiche au-dessus des produits avec l'apparence du titre de la page ; il est généré comme titre de second niveau, car le thème affiche déjà le H1 propre de la page.
7. Cliquez sur **Enregistrer la page SEO**.

Le tableau liste chaque page avec sa cible, un résumé de ses filtres, son titre, sa clé d'URL (ou une mention indiquant qu'elle est encore à l'ancienne adresse en chaîne de requête), un indicateur si son adresse entre désormais en conflit avec autre chose, un lien **Voir**, et les actions Modifier / Supprimer.

Une combinaison autorisée ne peut donner lieu qu'à une seule page : une seconde page pour une combinaison déjà autorisée est refusée. Une plage numérique, comme un poids ou un prix saisi directement dans l'adresse plutôt que choisi via ce formulaire, n'est pas prise en compte sur une page SEO : l'adresse conviviale est à elle seule toute la sélection, si bien que la page ignore tout ce que la chaîne de requête pourrait ajouter. Les plages fonctionnent normalement sur les listings de catégorie et de recherche ordinaires.

Si le réglage propre à PrestaShop URL conviviales (Paramètres de la boutique > Trafic & SEO) est désactivé, les pages SEO sont servies à leur ancienne adresse en chaîne de requête jusqu'à son activation ; l'onglet vous le signale lorsque c'est le cas.

SEO filter landing pages

Whitelist specific, valuable filter combinations (e.g. a category + a brand + a colour) as INDEXABLE landing pages with custom title, meta description, H1 and intro text, each at its own readable address (e.g. /red-nike-shoes) with a self-referencing canonical. Every other filtered URL stays noindex,follow. The old ?cll_f=... address of a page redirects (301) to the new one.

Enable SEO landing pages

Yes

URL prefix (optional)

none: pages at the root

Leave empty for /url-key. A prefix such as "filters" gives /filters/url-key; use it if your category URLs have no id (a single-segment category schema is matched before module routes).

On	Target	Filters	Title	URL key	Actions
✓	Electronics	Brand: HydraPlus	HydraPlus Electronics - Official Range Demo Store	hydraplus-electronics	View Edit Delete

+ Add SEO filter page

Pages de filtre SEO : le réglage de préfixe d'URL, et le tableau des combinaisons de filtres autorisées et indexables.

URL key

https://demo.presta365.com/

generated from the meta title

The page address: lowercase letters, digits and dashes. Filled in from the meta title of the default language while you type; edit it freely. A key already used by a category, a product, a CMS page or another SEO page is refused.

Filter combination to whitelist

Brands	Color	Dimension	Paper Type
AeroCorp AeroGear AeroLabs AeroLine AeroOne AeroPlus AeroStyle	Gray Taupe Beige White Off White Red Black	40x60cm 60x90cm 80x120cm	Ruled Plain Squared Doted

Création d'une page de filtre SEO : la clé d'URL et le début de la combinaison de filtres à autoriser (marque, couleur, dimension et type de papier dans ce catalogue ; vos propres filtres apparaissent ici à la place).

Availability

☐ In stock

Condition

☐ New ☐ Used ☐ Refurbished

Flags

☐ New ☐ On sale

Price min

Price max

English (English)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Save SEO page

Cancel

Save

Plus bas dans le même formulaire : disponibilité, état, les indicateurs Nouveauté et Promotion, une fourchette de prix, et le titre, la description et le texte d'introduction par langue.

12. Avancé : règles de listing et prix personnels

Règles de listing (catégorie & recherche)

Option	Ce qu'elle fait
Produits en rupture de stock	Les afficher là où le tri choisi les place naturellement, les afficher en dernier (après chaque produit en stock, en conservant votre propre ordre de tri à l'intérieur de chaque moitié, et fonctionnant correctement d'une page à l'autre), ou les masquer entièrement. Rupture de stock signifie une quantité de zéro. "Les afficher en dernier" nécessite une réindexation pour prendre effet sur un moteur externe.
Combinaison affichée lors du filtrage par déclinaison	Lorsqu'un visiteur filtre par exemple par taille ou par couleur, afficher la fiche produit correspondant à la combinaison qui correspond réellement, c'est-à-dire sa propre photo, son prix et son stock, ou toujours afficher la combinaison par défaut du produit indépendamment du filtre.
Tri par défaut des catégories	L'ordre par défaut du thème (position), ou la priorité de marque en premier (à l'aide d'une valeur de priorité définie sur le fabricant), puis la position.
Exclure des identifiants de valeur de caractéristique	Une liste d'identifiants de valeur de caractéristique séparés par des virgules. Les produits portant l'un d'eux sont masqués de tous les listings, utile pour retirer une gamme abandonnée sans la supprimer. Nécessite une réindexation pour prendre pleinement effet sur un moteur externe.

Prix personnels (prix spécifiques par client)

Le prix affiché à un visiteur est toujours calculé en temps réel et exactement par PrestaShop, y compris tout prix personnel dont il pourrait bénéficier ; ceci n'est jamais affecté par quoi que ce soit sur cet onglet. Ce que ce réglage contrôle, c'est uniquement le prix utilisé en interne pour le **tri et le filtrage** d'un listing, puisque cela nécessite une valeur indexée par produit plutôt qu'un calcul en direct pour chaque visiteur à chaque affichage de page. Par défaut, cette valeur indexée est le prix du groupe de clients, si bien qu'un client disposant de sa propre liste de prix individuelle, par exemple via une intégration ERP ou contractuelle, peut voir un listing trié ou filtré légèrement différemment de ce qui lui est réellement facturé au moment du paiement.

Gestion des prix personnels : quatre modes.

- **Désactivé** : le tri et le filtrage par prix utilisent toujours le prix du groupe de clients.
- **Indexer les prix personnels** : calcule un prix indexé exact pour chaque client disposant d'une liste de prix individuelle, afin que son propre tri et filtrage soient eux aussi exacts. Nécessite une réindexation une fois activé.
- **Afficher un avertissement** : affiche un message près du tri et du filtre par prix aux clients disposant d'une liste de prix personnelle, les informant que les chiffres affichés là peuvent ne pas être leur prix exact.
- **Les deux** : indexe les prix personnels et affiche quand même l'avertissement pour tout client qui, pour une raison ou une autre, n'est pas couvert par l'indexation (voir le plafond de clients ci-dessous).

Lorsque l'indexation est activée, l'onglet estime, pour votre catalogue actuel, combien de calculs de prix supplémentaires une réindexation complète nécessiterait, et environ combien de minutes et d'espace d'index supplémentaires prévoir, avant que vous ne l'activiez. Un **Plafond de clients** (un nombre fixe, ou Auto, basé sur l'espace disque disponible de votre

cluster Elasticsearch ou OpenSearch) limite cela : les clients au-delà du plafond reviennent simplement à leur prix de groupe plutôt que de rendre chaque réindexation imprévisiblement plus lourde.

Listing rules (category & search)

Out-of-stock products

Show them where the sort puts them

Out of stock means quantity 0. "Show them last" keeps your sort order inside each half and works across pages; with a search engine it needs a reindex to take effect.

Variant shown when filtering by attribute

The matching combination (photo, price, stock)

When a shopper filters on "size 42" or "red", the product card shows that combination: its photo, its price and the stock of every combination matching the filters. Products with no combination matching all the active filters keep their default one.

Default category sort

Position (theme default)

Brand priority uses a "priority" column on the manufacturer table (higher first); 0 when your shop has none.

Exclude feature-value IDs

e.g. 1037,1061,1043

Products carrying any of these feature-value IDs are hidden from listings (e.g. discontinued lines). Requires a reindex to take full effect.

Personal prices (per-customer specific prices)

ⓘ

The price SHOWN to shoppers is always exact. PrestaShop recomputes it for the logged-in customer, including their personal prices. This setting only affects SORTING and FILTERING by price, which use the indexed price. By default those use the customer group price; a customer with an individual price list (specific_price on their account) may see slightly different sort/filter results. Below you decide how to handle that.

Handling of personal prices

Off: sort/filter by price use group prices

"Index personal prices" computes an exact price for each customer that has an individual price list (via getPriceStatic) and uses it for their price sort/filter. Requires a reindex after changing.

Avancé : les règles de listing pour le stock, les combinaisons, le tri des catégories et les caractéristiques exclues, et les réglages des prix personnels en dessous.

13. Réindexation et cron

L'onglet **Tableau de bord** est la page d'accueil propre au module. Sur le moteur natif, il se contente de confirmer que la recherche native est active, sans rien à indexer. Avec un moteur externe, il affiche le statut de connexion, le nombre de documents indexés par type, un tableau de chaque index avec son propre nombre de documents, et deux boutons :

Réindexer maintenant et **Supprimer toutes les données indexées**, tous deux avec une barre de progression en direct.

Une réindexation manuelle complète depuis ce bouton est nécessaire une fois, juste après le premier passage à un moteur externe, et à nouveau après toute modification que ce guide décrit comme nécessitant une réindexation (les filtres de l'analyseur, le mode d'affichage des ruptures de stock, l'indexation des prix personnels, les identifiants de valeur de caractéristique exclus, les groupes de clients autorisés à voir une catégorie, et quelques autres signalés tout au long de ce guide).

Après une mise à jour depuis une version antérieure à 4.21.0, lancez une réindexation complète sur un moteur externe : l'index enregistre désormais quels groupes de clients peuvent voir chaque produit et chaque catégorie (section 5), et la page du module affiche le rappel **Réindexation complète requise** jusqu'à ce que tous les index aient été reconstruits. Sur le moteur natif, il n'y a rien à faire.

L'onglet affiche aussi une URL de cron protégée par un jeton, de la forme :

```
https://your-shop/index.php?fc=module&module=cll_essearch&controller=reindex&token=SECRET
```

Ajoutez-la au planificateur de votre serveur, ou à tout service externe capable d'appeler une URL selon un planning ; le point d'accès peut être appelé aussi souvent que vous le souhaitez sans risque, et il fonctionne dans un budget de temps (50 secondes par défaut, de 5 à 280 avec `&seconds=N`). Chaque appel effectue deux actions :

- Sur un moteur externe, il envoie d'abord les modifications de produits mises en file d'attente pendant que le moteur ne répondait pas, puis traite une réindexation complète ou incrémentale pour chaque boutique et langue, dans le budget de temps imparti ; sur le moteur natif, il n'y a rien à indexer, cette étape est donc ignorée et tout son budget revient à l'étape suivante.
- Il consacre le temps restant à réchauffer les prix mis en cache utilisés pour le tri et le filtrage, pour le contexte visiteur par défaut de la boutique actuelle, afin que le premier visiteur après un changement de prix ne paie jamais lui-même le coût du recalcul complet. Ajoutez `&only=prices` pour exécuter le réchauffement des prix seul, selon un planning plus fréquent que la réindexation complète, et `&warm_max=N` pour plafonner combien de produits sont tarifés par appel.

Le même point d'accès accepte aussi un mode par lot `id_shop / id_lang / offset` , celui que le bouton Réindexer maintenant du back office utilise déjà lui-même en interne, disponible pour tout planificateur externe qui préfère de petits lots reprenables plutôt qu'un seul appel de longue durée.

Sur un moteur externe, une réindexation construit un nouvel index horodaté et ne bascule les visiteurs vers celui-ci qu'une fois la construction terminée, si bien qu'une réindexation en cours, ou qui échoue en cours de route, ne laisse jamais la boutique avec un index à moitié construit ou une recherche cassée. Un seul index est reconstruit à la fois : si le cron est déjà en train de reconstruire le même index, **Réindexer maintenant** le signale et demande d'attendre, au lieu que les deux s'effacent mutuellement l'index à moitié construit.

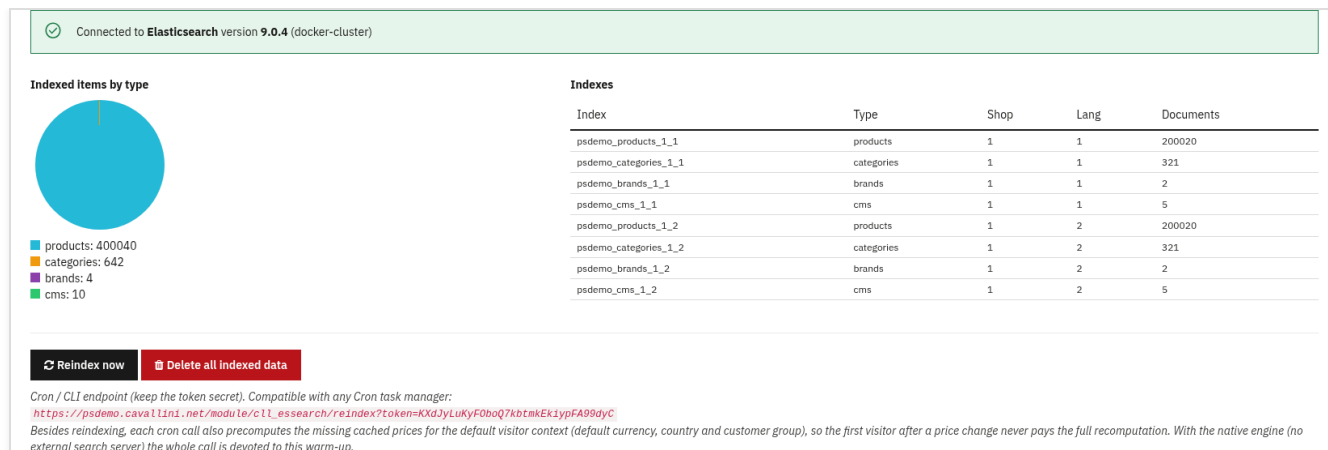


Tableau de bord : statut de connexion, documents indexés par type, le tableau des index, les contrôles de réindexation, et l'URL de cron.

14. Multiboutique

Les paramètres de connexion, chaque interrupteur principal, la configuration des facettes, et les modèles de filtres sont tous propres à chaque boutique, avec une valeur globale par défaut utilisée par toute boutique sans surcharge propre. C'est ainsi que deux boutiques d'une même installation PrestaShop peuvent faire tourner deux moteurs de recherche différents, deux thèmes différents, et deux jeux de filtres différents, côte à côte. "Remplacer la recherche native" est également propre à chaque boutique, et les raccourcis de saisie semi-automatique "rechercher dans une catégorie ou une marque" (section 8) suivent ce même réglage boutique par boutique.

Limitation connue : les règles de merchandising ne sont pas partagées. Contrairement à tout ce qui précède, une règle de recherche (section 10) enregistrée alors que "Toutes les boutiques" est sélectionné dans le back office est stockée pour la seule boutique qui se trouvait alors dans le contexte, pas partagée sur toute l'installation. En multiboutique, recréez la règle sur chaque boutique qui en a besoin, ou basculez vers cette boutique précise avant de l'enregistrer, plutôt que de compter sur "Toutes les boutiques" pour la diffuser partout.

15. Questions fréquentes et limites connues

Ai-je besoin d'Elasticsearch, OpenSearch ou Meilisearch pour utiliser ce module ?

Non. Le moteur natif fonctionne dès que vous réglez **Activer la recherche en front-office** sur Oui (section 1), sans serveur externe, et fournit déjà la recherche, la saisie semi-automatique, la navigation à facettes et sa propre tolérance aux fautes de frappe. Un moteur externe est une amélioration de performance et de pertinence pour les grands catalogues, pas une obligation.

J'ai changé de moteur de recherche et maintenant la recherche ne renvoie plus rien.

Changer de moteur dans l'onglet Connexions ne reprend pas l'index du moteur précédent. Lancez **Réindexer maintenant** dans l'onglet Tableau de bord après le changement.

Pourquoi les valeurs de filtre de mon listing n'affichent-elles aucun comptage de produits ?

Vérifiez "Afficher le nombre de résultats" dans l'onglet Facettes. Avec Automatique, les comptages sont intentionnellement masqués sur le moteur natif pour éviter une requête supplémentaire par valeur de filtre à chaque affichage de listing ; activez-les à la main si votre catalogue est assez petit pour que ce coût soit acceptable, ou passez à un moteur de recherche, qui renvoie les comptages sans coût de requête supplémentaire.

Le panneau de filtre AJAX ne rafraîchit pas la grille de produits sur mon thème.

Renseignez le champ "Sélecteur CSS de la liste de produits" dans l'onglet Paramètres de recherche (section 3) avec le sélecteur CSS du conteneur de grille de produits de votre thème.

La saisie semi-automatique n'apparaît pas quand je tape dans la barre de recherche.

Votre thème n'utilise peut-être pas le balisage standard de PrestaShop pour son champ de recherche. Renseignez le champ "Sélecteur CSS de la barre de recherche" (section 3).

Je vois deux boutons "Filtres", ou deux panneaux de filtres, sur mes pages de listing.

Un autre module de recherche à facettes, le plus souvent le module natif de PrestaShop `ps_facetedsearch`, est actif en même temps ; PrestaShop ne laisse qu'un seul module répondre au hook qui calcule le filtrage des catégories, si bien que les deux modules essayant chacun d'afficher un panneau produisent un résultat dupliqué et confus. La page de configuration du module affiche un avertissement nommant chaque module concurrent, avec un bouton Désactiver en un clic à côté de chacun ; aucune donnée n'est perdue, et chacun peut être réactivé à tout moment depuis le Gestionnaire de modules. Sur la même page, un avertissement distinct concernant `ps_facetedsearch` propose le bouton **Ne plus afficher cet avertissement**, pour une boutique qui garde ce module actif volontairement.

Ce module change-t-il la façon dont les prix sont affichés aux clients connectés bénéficiant de prix spéciaux ?

Non. Le prix affiché à un visiteur est toujours calculé en temps réel par PrestaShop lui-même, exactement comme il le serait sans ce module. Le réglage "Prix personnels" de l'onglet Avancé (section 12) affecte uniquement le prix utilisé en interne pour trier et filtrer un listing.

Puis-je garder les filtres complètement hors d'une catégorie précise ?

Oui : créez un modèle de filtres sans aucune facette activée (ou seulement celles que vous voulez) et assignez-le à cette catégorie (section 7).

Les moteurs de recherche vont-ils indexer chaque combinaison de filtres possible sur mon site ?

Non. Chaque URL filtrée est `noindex, follow` par défaut. Utilisez l'onglet Pages de filtre SEO (section 11) pour transformer délibérément des combinaisons précises et intéressantes en pages indexables avec leur propre adresse, titre et description.

Désactiver "Recherches récentes" envoie-t-il quoi que ce soit à la boutique ?

Non, dans les deux cas. Les recherches récentes vivent uniquement dans le stockage du navigateur propre au visiteur et ne sont jamais envoyées à la boutique, ni journalisées par elle ; désactiver ce réglage signifie simplement que rien du tout n'est lu ni écrit dans ce stockage.

Un thème construit sur Hummingbird ou Classic n'affiche aucun filtre sur la page de résultats de recherche. Ma version de PrestaShop est-elle trop ancienne ?

Non. Les thèmes Classic et Hummingbird donnent à la page de résultats de recherche une mise en page pleine largeur sans colonne gauche sur chaque version de PrestaShop, de la 1.7.1 à la 9.1 ; c'est le choix de mise en page propre au thème pour cette page, pas une limitation de version, et aucune mise à jour de PrestaShop n'y change rien. C'est précisément pour cela que le module affiche le bloc de filtres via un second hook, de niveau mise en page, sur toute page conçue ainsi (section 3), afin qu'il fonctionne sur toutes les versions sans exception.

Autres limites connues à connaître avant de les rencontrer

- Une facette groupée (section 6) n'affiche aucun comptage de produits sur Meiliseach, plutôt qu'un comptage erroné.
- Sur le moteur natif et sur Meiliseach, deux facettes appartenant au même groupe sous-jacent, par exemple une caractéristique Couleur et une caractéristique Taille, ne tiennent pas compte de la sélection de l'autre dans leurs propres comptages : choisir une couleur ne réduit pas les nombres affichés à côté des tailles, ce qui peut occasionnellement désigner une valeur qui renvoie ensuite zéro résultat. Sur Elasticsearch et OpenSearch, chaque groupe de caractéristiques ou de déclinaisons est compté avec les sélections des autres groupes appliquées, et une valeur déjà cochée que les autres sélections excluent reste listée avec 0, pour pouvoir être décochée.
- Une fiche ajoutée au listing par "Charger plus" ou le défilement infini (section 3) n'est pas décorée par un autre module qui réagit à un rafraîchissement complet de la grille, comme une icône de liste de souhaits ; changer de page via la pagination numérotée, trier et changer la taille de page ne sont pas affectés. Utilisez plutôt le mode de pagination numérotée si un tel module doit décorer chaque fiche.
- Une page de filtre SEO (section 11) ne tient pas compte d'une plage numérique saisie directement dans son adresse ; l'adresse conviviale est à elle seule toute la sélection.
- Les règles de merchandising (section 10) sont le seul réglage propre à chaque boutique de ce module qui n'est pas partagé sur une installation multiboutique depuis le contexte "Toutes les boutiques".
- `ps_facetedsearch` , le module de filtrage natif de PrestaShop, entre en concurrence pour le même hook que ce module ; désactivez-le si les deux sont actifs sur la même boutique (voir la question ci-dessus).

