



Elasticsearch Search & Faceted Navigation **Guida utente**

Modulo PrestaShop, versione 4.21.0 · Compatibile con PrestaShop dalla 1.7.7 alla 9 · PHP 7.1 o successivo

Ricerca istantanea e tollerante ai refusi **con un pannello filtri moderno**

Questo modulo sostituisce la ricerca nativa di PrestaShop con un vero motore di ricerca, a scelta tra **Elasticsearch**, **OpenSearch** o **Meilisearch**, e aggiunge una navigazione a faccette moderna e completamente configurabile. I clienti ottengono un autocompletamento istantaneo con miniature e prezzi, risultati tolleranti ai refusi di battitura e un'esperienza "Filtri" pulita in un pannello modale. I prezzi mostrati al cliente sono sempre quelli esatti e in tempo reale per il suo gruppo e la sua valuta: nulla di quanto mostrato al checkout proviene mai da un valore in cache o indicizzato. Per partire non serve un server esterno: appena accendi il suo interruttore principale (sezione 1), il modulo lavora sulla ricerca nativa di PrestaShop, e puoi collegare un motore esterno quando sarai pronto. Questa guida copre ogni scheda del pannello di configurazione, ogni opzione al suo interno, e i percorsi passo per passo per le operazioni che un negoziante deve davvero compiere: installare, scegliere un motore, indicizzare il catalogo, costruire i filtri, creare un modello di filtri, scrivere una regola di merchandising, pubblicare una pagina di atterraggio SEO basata su un filtro, e leggere le statistiche di ricerca.

1. Installazione e primo avvio

1. Nel back office vai su **Moduli → Gestione moduli → Carica un modulo** e seleziona il file ZIP del modulo.
2. Una volta installato, clicca **Configura** per aprire la pagina di back office del modulo. Compare anche come voce propria nel menu principale del back office.
3. Il modulo si installa di default sul motore **Nativo**, con navigazione a faccette e autocompletamento già impostati su Sì, ma con l'interruttore principale **Attiva la ricerca nel front-office** su No, così l'installazione non cambia nulla per i clienti finché non decidi tu. Per andare online imposta quell'interruttore su Sì nella scheda **Impostazioni ricerca** e salva: ricerca, filtri e autocompletamento funzionano subito sul motore nativo, senza server esterni e senza nient'altro da configurare. Tutto ciò che questa guida descrive da qui in avanti è un affinamento, non un requisito per andare online.

Gli aggiornamenti sono automatici. Gli aggiornamenti sono inclusi e si installano nello stesso modo della prima installazione, tramite Gestione moduli. La pagina di configurazione mostra un badge di stato con la versione attualmente installata e, quando ne esiste una più recente, il suo numero di versione, proprio accanto al logo, così sai sempre a colpo d'occhio se è disponibile un aggiornamento. Se il server web non può scrivere nella cartella del modulo, un avviso lo segnala nella pagina che si apre con Configura, così puoi sistemare i permessi prima che un aggiornamento fallisca.

Il modulo richiede PrestaShop 1.7.7 o successivo e PHP 7.1 o successivo. Per il motore nativo non serve nessuna estensione PHP oltre a quelle già richieste da PrestaShop. Collegare Elasticsearch, OpenSearch o Meilisearch richiede solo un accesso HTTP o HTTPS in uscita dal server PrestaShop verso quel server di ricerca.

2. Scegliere un motore di ricerca (scheda Connessioni)

Apri la scheda **Connessioni** e scegli il tuo **Motore**. Ogni altra scheda del modulo dialoga con il motore attraverso la stessa astrazione, quindi il front office si comporta allo stesso modo qualunque sia il backend scelto. Cambiare motore non trasferisce l'indice precedente: dopo essere passati a (o tra) Elasticsearch, OpenSearch o Meilisearch, esegui una reindicizzazione completa dalla scheda Dashboard (vedi sezione 13).

Opzioni del motore

- **Nativo:** nessun server esterno. Il modulo legge direttamente il database di PrestaShop. Niente da indicizzare, niente da mantenere, la scelta consigliata quando non hai un server di ricerca dedicato da gestire, o hai un catalogo piccolo o medio. Su questo motore non esiste un analyzer né un punteggio di rilevanza, quindi diversi controlli della scheda Impostazioni ricerca sono mostrati disabilitati qui (vedi sezione 4); la tolleranza ai refusi propria del modulo funziona comunque.
- **Elasticsearch:** supporta le versioni maggiori **6, 7, 8 e 9**, rilevate automaticamente, incluse le differenze di sintassi del mapping tra la 6.x e la 7.2 o successive. Consigliato per cataloghi di grandi dimensioni, o ogni volta che serve avere in modo rapido i conteggi dei risultati per valore sui filtri, dato che il motore li restituisce insieme ai risultati.
- **OpenSearch:** rilevato automaticamente e gestito come un cluster moderno, indipendentemente dalla sua versione 1.x, 2.x o 3.x.
- **Meiliseach:** un'alternativa leggera e self hosted, con una solida tolleranza ai refusi integrata e un server semplice da gestire, senza dover operare un cluster basato su JVM. Alcune funzioni si comportano diversamente o non sono disponibili su Meiliseach; ognuna viene segnalata in questa guida dove è rilevante (conteggi dei risultati sui gruppi di valori delle faccette, alcuni controlli della scheda Impostazioni ricerca, e un limite di carico descritto nella sezione 4).

Impostazioni di connessione Elasticsearch / OpenSearch

- **Attivo:** indica quale dei server inseriti è effettivamente quello usato. Aggiungi uno o più server e contrassegnane uno come attivo.
- **Nome, Schema, Host, Porta:** l'indirizzo del server. Per un cluster condiviso o ospitato puoi inserire un URL completo, incluso un percorso, direttamente nel campo Host (per esempio `https://cluster.provider.com/my-space`).
- **Utente / password di autenticazione base e Chiave API:** le credenziali, se il tuo server le richiede. Una volta salvate, la password e la chiave API non vengono più riscritte nella pagina: il campo resta vuoto con l'indicazione "Salvata, lascia vuoto per mantenerla". Lascialo vuoto per mantenere il valore salvato, scrivine uno nuovo per sostituirlo, oppure spunta **Rimuovi la password e la chiave API salvate** per cancellarle entrambe. Un valore salvato viene mantenuto solo per lo stesso server: se ne cambi schema, host, porta o percorso base, scrivi di nuovo password e chiave API.
- **Percorso base:** un prefisso di percorso facoltativo aggiunto davanti a ogni richiesta, utile per uno spazio di ricerca affittato su un'istanza condivisa. Lascialo vuoto per un cluster dedicato.
- **Test:** verifica che il server risponda con i valori attualmente presenti nel modulo (non necessariamente quelli già salvati) e segnala il motore e la versione rilevati. Una credenziale che non è stato effettivamente possibile salvare non viene più segnalata come corretta dal Test (vedi la nota qui sotto).
- **Rimuovi:** elimina quella riga di server.

Impostazioni di connessione Meiliseach

Un singolo host: Schema, Host, Porta, una chiave API (master o con ambito limitato) e un Percorso base facoltativo, con lo stesso significato descritto sopra. La chiave API salvata è

gestita allo stesso modo: non viene più mostrata, resta quella salvata se lasci il campo vuoto per lo stesso server, e si cancella con **Rimuovi la chiave API salvata**.

Impostazioni condivise

- **Prefisso indice (namespace):** assegna un namespace a ogni indice, per ogni motore, inclusi gli identificativi di indice di Meilisearch. Su un'istanza di ricerca condivisa con altri negozi o ambienti, è ciò che tiene separati i tuoi dati dai loro. Una nuova installazione parte con un prefisso casuale tutto suo, `ps_cll_` seguito da sei caratteri, così due negozi che condividono un motore non toccano mai gli indici l'uno dell'altro; un'installazione aggiornata da una versione precedente mantiene il prefisso che aveva. Se svuoti il campo, viene salvato `ps_cll`.

In multistore, le impostazioni di connessione sono per negozio: un negozio senza una propria configurazione specifica usa il valore predefinito globale. È così che due negozi della stessa installazione PrestaShop possono usare due motori diversi in parallelo, per esempio uno su Elasticsearch e l'altro su Meilisearch.

Una password, o un'impostazione contenente il carattere "minore di", spariva senza avviso al salvataggio. Questo è stato corretto: ogni valore memorizzato che potesse essere danneggiato dalla sanificazione automatica di PrestaShop è ora protetto, e qualunque valore che non sia stato possibile scrivere viene segnalato come errore invece di una falsa conferma di salvataggio. Se generi password per il tuo server di ricerca, non c'è più motivo di evitare un particolare carattere, ma il modulo ora ti avvisa chiaramente se un valore ricevuto non può essere memorizzato, invece di mantenere silenziosamente quello vecchio.

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

☐ Remove the stored password and API key

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.

Connessioni: scegli il motore, incluso "Nativo", aggiungi uno o più server, testa la connessione e imposta un prefisso indice.

3. Impostazioni ricerca, parte uno: interruttori principali, posizione dei filtri e temi personalizzati

La scheda **Impostazioni ricerca** è la più ampia del pannello ed è divisa in quattro gruppi. Questa sezione copre i primi due: gli interruttori principali e la posizione del blocco filtri, più i tre campi pensati specificamente per i temi personalizzati. I filtri dell'analyzer, la tolleranza ai refusi e le impostazioni di ottimizzazione della query sono trattati nella sezione 4.

Interruttori principali

Ognuna delle voci seguenti è un semplice interruttore Sì / No per l'intero negozio:

- **Attiva la ricerca nel front-office:** l'interruttore principale del modulo sul negozio. Su una nuova installazione è impostato su No, così per i clienti non cambia nulla finché non lo attivi.
- **Sostituisci la ricerca nativa:** quando attivo, i risultati del modulo sostituiscono la pagina dei risultati di ricerca nativa di PrestaShop.
- **Torna automaticamente alla ricerca nativa:** se il motore esterno diventa irraggiungibile, il negozio continua a funzionare sulla ricerca nativa invece di mostrare un errore ai clienti. Lo stesso vale per un singolo listato a cui il motore risponde con un errore: con questo interruttore attivo, quella pagina viene servita dalla ricerca nativa invece che con un elenco vuoto. A prescindere da questo interruttore, un motore che smette di rispondere, va in timeout o risponde con un errore del server viene lasciato stare per 30 secondi, poi un solo controllo rapido decide se è tornato, così un motore lento o bloccato non rallenta mai le pagine del negozio; le modifiche ai prodotti che nel frattempo non è stato possibile inviargli restano in coda e le invia la chiamata successiva del cron (sezione 13).
- **Autocompletamento:** il pannello dei suggerimenti che si apre mentre si digita nel campo di ricerca.
- **Widget di ricerca nell'header e sostituisci il campo di ricerca nativo:** se il modulo fornisce un proprio campo di ricerca al posto di quello nativo di PrestaShop.
- **Navigazione a faccette:** il pannello dei filtri vero e proprio.
- **Mostra le faccette anche sulla pagina di ricerca:** di default le faccette compaiono sulle pagine categoria; questo interruttore le estende anche alla pagina dei risultati di ricerca. Richiedono che **Sostituisci la ricerca nativa** sia attivo: senza, la pagina di ricerca è il listato di PrestaShop e lì i filtri non vengono mostrati.
- **Navigazione a faccette AJAX:** applicare un filtro aggiorna la griglia senza ricaricare l'intera pagina.
- **Paginazione / ordinamento / dimensione pagina via AJAX:** disattivato di default. Se attivo, cambiare pagina, ordine di ordinamento o dimensione pagina avviene anch'esso senza ricaricare la pagina; vedi "La pagina successiva arriva come" più sotto per i tre modi in cui questo può funzionare.
- **Filtri anche sulle pagine marca, fornitore, novità, offerte e più venduti:** estende la navigazione a faccette oltre alle categorie e alla ricerca, a queste cinque pagine di listato. Ciascuna mantiene il proprio insieme naturale di prodotti e il proprio ordine predefinito (i più venduti restano ordinati per unità vendute, le novità restano ordinate dal più recente); la faccetta che renderebbe una pagina priva di senso viene automaticamente esclusa da essa (per esempio la faccetta marca sulla pagina di una marca specifica). Queste pagine usano la configurazione delle faccette a livello di negozio; i modelli di filtri (sezione 7) non vengono assegnati a esse. Disattiva questa opzione per restituire queste cinque pagine al listato nativo di PrestaShop.

Limite noto dei temi Classic e Hummingbird. Questi due temi, e qualunque tema costruito su di essi, non danno mai alla pagina dei risultati di ricerca una colonna sinistra, su nessuna versione di PrestaShop, dalla 1.7.1 alla 9.1 comprese: è il modo in cui il tema struttura quella specifica pagina, non un limite della versione di PrestaShop, e nessun aggiornamento lo cambia. Per questo il

modulo disegna il blocco filtri da un secondo hook, a livello di layout, su qualunque pagina strutturata in questo modo, così le faccette sulla pagina di ricerca funzionano indipendentemente dalla versione. Questo è invisibile sui due temi standard. L'unico caso non coperto è un tema che sovrascrive quello stesso hook di layout per scopi propri; su un tema simile, usa la tabella delle posizioni descritta più avanti, che legge i file del tema attivo e ti dice quale posizione funziona davvero.

Interfaccia della navigazione a faccette

Due scelte: un **popup modale** (consigliato), aperto da un pulsante "Filtri" posizionato sopra la griglia prodotti, oppure una **barra laterale legacy**. L'interfaccia a barra laterale lascia che l'impostazione di posizione qui sotto controlli pienamente il layout; con l'interfaccia modale, lo script del modulo solleva sempre la barra "Filtri" appena sopra la griglia, qualunque posizione tu scelga (vedi la nota più in basso).

Posizione del blocco filtri

Sette scelte: **Automatica** (il default: colonna sinistra su una pagina con layout che ne ha una, sopra la griglia su una pagina che non ne ha), **Colonna sinistra**, **Colonna destra**, **Sopra la griglia prodotti** (larghezza piena), **Sotto l'intestazione della categoria**, **Sotto l'header del sito** (larghezza piena), e **Dove lo richiama il tema**, che disegna il blocco dal proprio hook, `displayCllEssearchFilter`, così un tema che aggiunge `{hook`
`h='displayCllEssearchFilter' mod='cll_essearch'}` a uno dei propri template può posizionare il blocco ovunque.

Accanto al menu a tendina, una tabella dinamica elenca ogni posizione, se è effettivamente utilizzabile sul tema in uso e perché. Viene costruita leggendo i file di template del tema attivo (e del tema da cui eredita) per vedere quali hook richiama, e i layout delle pagine di listato prodotti per vedere quali colonne quelle pagine hanno realmente; una posizione tecnicamente agganciata a un hook ma su un layout a piena larghezza senza colonna viene correttamente segnalata come inutilizzabile. In multistore, quando ti trovi nel contesto "tutti i negozi", la tabella risponde per ogni negozio attivo e prevale la risposta peggiore.

Limiti noti dell'impostazione di posizione, dichiarati apertamente anziché nascosti:

- Con l'interfaccia filtri **modale**, la posizione decide solo dove il blocco si trova nel codice sorgente della pagina: lo script del modulo solleva comunque la barra "Filtri" appena sopra la griglia, perché è esattamente ciò per cui l'interfaccia modale è pensata. Scegli l'interfaccia a barra laterale se vuoi che la posizione controlli pienamente il layout. "Dove lo richiama il tema" è l'unica eccezione: viene lasciato esattamente dove lo ha messo il tema.
- Con l'interfaccia a **barra laterale**, le due posizioni interne al contenuto e "Sotto l'header del sito" disegnano l'elenco filtri come una colonna verticale estesa a tutta la larghezza dell'area contenuto. Funziona e filtra correttamente, ma è stata pensata per una colonna, e lo si vede.
- Il controllo può leggere solo ciò che il tema espone nei propri file: un tema che richiama un hook condizionalmente da PHP, o sotto un nome di variabile, gli resta invisibile, quindi una posizione segnalata come inutilizzabile resta comunque selezionabile, e l'avviso semplicemente si ripete quando la salvi.

La pagina successiva arriva come

Usata solo quando la paginazione AJAX è attiva. Tre scelte: **la paginazione numerata del tema** (mantenuta per i motori di ricerca, e mostrata di nuovo una volta raggiunto il limite "Carica altri" descritto sotto), **un pulsante "Carica altri"**, oppure **lo scorrimento infinito**. Entrambe le ultime due opzioni aggiungono la pagina successiva sotto quella corrente invece di sostituirla.

Limite noto: un modulo che decora le card prodotto via JavaScript dopo l'aggiornamento della griglia, come un'icona cuore per la wishlist o le stelle delle recensioni, non decora le card aggiunte da "Carica altri" o dallo scorrimento infinito, perché l'evento che queste due modalità scatenano chiede al tema di sostituire l'intero elenco, il che scarterebbe tutto quanto già aggiunto in precedenza. Cambiare pagina tramite la paginazione numerata, ordinare, e cambiare la dimensione della pagina non sono interessati da questo limite.

Numero massimo di pagine aggiunte in sequenza

Il limite per "Carica altri" e lo scorrimento infinito (da 1 a 50). Una volta raggiunto, al visitatore viene restituita la paginazione normale. Tienilo basso su un catalogo di grandi dimensioni: ogni pagina aggiunta resta nel browser, e una pagina che contiene migliaia di prodotti diventa lenta da scorrere.

Scelte di prodotti per pagina

Un elenco separato da virgole, per esempio `12,24,48`. Lascialo vuoto (il default) per non avere alcun menu a tendina. Se compilato, e con la paginazione AJAX attiva, il modulo disegna un proprio menu a tendina "prodotti per pagina" sopra la griglia e applica la scelta senza ricaricare la pagina.

Tre campi per temi personalizzati

Questi campi esistono specificamente per temi con markup non standard e dovrebbero restare vuoti sui temi predefiniti Classic o Hummingbird, o su qualunque tema costruito su di essi, dato che il modulo li rileva già automaticamente. Un selettore errato o vuoto non rimuove mai i controlli propri del modulo: se non trova corrispondenza, o non è CSS valido, il modulo ricade sulla propria rilevazione automatica o sul proprio pulsante, così un refuso qui non può mai lasciare i clienti senza ricerca o senza filtri.

Campo	Quando usarlo
Selettore CSS della lista prodotti	Il filtraggio AJAX non aggiorna la griglia prodotti su un tema personalizzato. Inserisci il selettore CSS del contenitore della griglia, per esempio <code>#product-list</code> o <code>.products</code> .
Selettore CSS del campo di ricerca	L'autocompletamento non si attiva perché la barra di ricerca del tema non usa il markup standard di PrestaShop. Inserisci il selettore CSS del campo di input. Impostarlo nasconde il widget di ricerca proprio del modulo, così la pagina non mostra mai due campi di ricerca.
Selettore CSS del pulsante Filtri	Il tema disegna già un proprio pulsante "Filtri". Inserisci il suo selettore CSS: quel pulsante aprirà quindi il pannello filtri di questo modulo, e solo il pulsante proprio del modulo viene nascosto. Tutto ciò che si trova all'interno del pannello, incluso lo slider dei prezzi, resta esattamente lo stesso. Usato solo con l'interfaccia 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)

Impostazioni ricerca: interruttori principali, l'interfaccia della navigazione a faccette, la tabella delle posizioni del blocco filtri e i tre selettori per temi personalizzati.

4. Impostazioni ricerca, parte due: filtri dell'analyzer, tolleranza ai

| refusi e ottimizzazione della query

Filtri di ricerca (analyzer)

Si applicano **solo a Elasticsearch e OpenSearch** e richiedono una reindicizzazione completa dopo ogni modifica perché abbia effetto; sono mostrati disabilitati sul motore nativo, che non ha un proprio analyzer, e su Meilisearch, che ha un proprio modello separato di tolleranza ai refusi (i suoi valori memorizzati vengono conservati, non persi, per il giorno in cui cambierai motore).

- **Filtro elisione:** rimuove un articolo iniziale unito alla parola successiva, per esempio il francese "l'avion" diventa "avion". L'elenco degli articoli da eludere è modificabile.
- **Filtro minuscolo:** corrispondenza senza distinzione tra maiuscole e minuscole.
- **Filtro parole vuote:** ignora le parole di riempimento comuni. Lascia l'elenco vuoto per usare l'elenco predefinito di Elasticsearch delle parole vuote per la lingua.
- **Stemmer di lingua:** fa corrispondere una parola alla sua radice, così una ricerca per "scarpa" trova anche "scarpe". È disponibile un elenco di parole da escludere dallo stemming per i termini che ne sarebbero altrimenti danneggiati. La lingua dello stemmer segue la lingua del negozio. Il polacco viene indicizzato senza stemming, perché lo stemmer integrato in Elasticsearch e OpenSearch non prevede il polacco; la tolleranza ai refusi resta attiva.
- **Filtro alias / sinonimi:** una regola per riga, per esempio `tv, televisione, televisore`.

Tolleranza ai refusi (driver nativo)

Un'impostazione specifica del **motore nativo**, indipendente dalla correzione ortografica (fuzziness) disponibile su Elasticsearch e OpenSearch, e indipendente dal modello proprio di Meilisearch. Quando una ricerca esatta sul motore nativo non trova nulla, ogni parola sconosciuta viene sostituita con la parola più simile trovata nei nomi di prodotti e marche, e i risultati corretti vengono mostrati con un messaggio del tipo "Nessun risultato per X. Vengono mostrati i risultati per Y." Una ricerca che trova già qualcosa non viene mai toccata e non costa nulla in più: il dizionario dietro a questo meccanismo viene consultato solo su una pagina con zero risultati.

Il dizionario viene costruito dal cron, dal pulsante **"Costruisci il dizionario ora"** in questa scheda, oppure automaticamente la prima volta che avviene una ricerca a zero risultati su un negozio senza cron configurato. Impara le parole di ogni prodotto man mano che viene salvato, e si aggiorna da solo una volta a settimana. Una tabella di stato, mostrata solo quando il motore nativo è attivo, elenca per negozio e lingua quante parole sono indicizzate e se la costruzione del dizionario è terminata.

Imposta **"Correggi le ricerche con refusi"** su No per disattivare completamente questa funzione sul motore nativo.

Impostazioni della query

- **Lunghezza minima parola:** l'autocompletamento inizia a suggerire da questo numero di caratteri (da due se è impostato 0). Un termine di ricerca più corto non viene ignorato: da due caratteri in su viene cercato in modo esatto, senza tolleranza ai refusi (per esempio "tv" o "hp"); un singolo carattere, quando il minimo è 2 o più, non trova nulla invece di elencare tutto il catalogo. 0 significa nessun minimo.

- **Tipo di ricerca:** cerca in più campi (i campi scelti nella scheda Documenti, sezione 5) oppure solo nel campo nome prodotto.
- **Tipo di corrispondenza su più campi:** la strategia di corrispondenza di Elasticsearch (`best_fields` , `most_fields` , `cross_fields` , `phrase` o `phrase_prefix`). Lascia il valore predefinito a meno che tu non sappia già perché ti serve un valore diverso.
- **Operatore:** AND richiede che ogni parola di ricerca sia presente da qualche parte; OR ne richiede solo una.
- **Corrispondenza minima richiesta:** un'espressione Elasticsearch in percentuale o conteggio, per esempio `75%` , che controlla quante parole di ricerca devono corrispondere quando l'operatore consente che alcune manchino.
- **Correzione ortografica (fuzziness):** quante modifiche di carattere Elasticsearch o OpenSearch tollera in una parola prima di smettere di farla corrispondere: Disattivata, 1, 2, oppure Automatica (consigliata, che adatta la tolleranza alla lunghezza della parola stessa).
- **Cerca all'interno della parola (infisso):** fa corrispondere l'inizio, il centro o la fine di una parola, non solo il suo inizio. Se attivo, alcuni filtri dell'analyzer sopra potrebbero non applicarsi.
- **Peso: nome, riferimento, descrizione:** quanto ciascun campo conta ai fini della rilevanza quando "Tipo di ricerca" è impostato su più campi. Questi pesi si combinano con quelli già configurati nella pagina Parametri negozio > Ricerca di PrestaShop, mostrati per riferimento proprio sotto questi tre campi.

Tutti i filtri dell'analyzer e ogni campo di questo gruppo "Impostazioni della query", eccetto la lunghezza minima parola e l'operatore, sono mostrati disabilitati sul motore nativo, poiché interroga direttamente il database e non ha un proprio analyzer o punteggio di rilevanza. I valori salvati vengono conservati e tornano attivi nel momento in cui passi a un motore esterno.

Cosa Meiliseach ignora in questa scheda. Meiliseach ha un proprio modello di ranking e non legge il tipo di ricerca, il tipo di corrispondenza su più campi, la corrispondenza minima richiesta, l'opzione infisso, né i tre pesi per campo, e nemmeno i filtri dell'analyzer di elisione, minuscolo e stemmer. Questi controlli restano modificabili su Meiliseach, deliberatamente: un campo disabilitato non viene mai inviato, e salvarne l'assenza cancellerebbe il valore impostato mentre si era su Elasticsearch, così nulla va perso, semplicemente oggi non produce alcun effetto. Sinonimi, parole vuote e correzione ortografica invece si applicano su Meiliseach. Anche la correzione ortografica si comporta diversamente lì: su Elasticsearch una modifica ha effetto sulla ricerca immediatamente successiva, su Meiliseach fa parte delle impostazioni dell'indice e si applica solo dopo una reindicizzazione completa.

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

3

0 = no minimum

Search type

In multiple fields

Multiple field match type

best_fields

Operator

AND

Minimum should match

75%

Spell correction (fuzziness)

AUTO

Search between the word (infix)

No

Weight: name

6

Weight: reference

4

Weight: description

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

Impostazioni ricerca: i filtri dell'analyzer, la tolleranza ai refusi del driver nativo con la sua tabella di stato del dizionario, e le opzioni di ottimizzazione della query.

5. Documenti: scegliere cosa viene indicizzato

La scheda **Documenti** ha due parti.

Tipi di documento da indicizzare

Un interruttore Sì / No per ogni tipo di contenuto: **prodotti**, **categorie**, **marche** (produttori), e **pagine CMS**. Disattivare un tipo lo rimuove dai risultati di ricerca e dai suggerimenti di autocompletamento.

Campi ricercabili per tipo di documento

Un elenco di controllo per ogni tipo di documento, usato solo quando "Tipo di ricerca" nella scheda Impostazioni ricerca è impostato su più campi. Per i prodotti include nome, riferimento, EAN13, UPC, MPN, descrizione breve, descrizione lunga e nome del produttore. La ricerca per nome marca funziona in modo affidabile su ogni motore, nativo ed esterno allo stesso modo; un bug di corrispondenza su Elasticsearch e OpenSearch, per cui una ricerca del nome di una marca non trovava sempre i suoi prodotti in modo affidabile, è stato corretto.

Un termine di ricerca che è esattamente un codice prodotto (riferimento, EAN-13, UPC o MPN, del prodotto o di una sua combinazione) elenca solo i prodotti che lo portano, purché quel campo sia spuntato qui.

Prodotti e categorie riservati ad alcuni gruppi di clienti restano riservati. PrestaShop mostra un prodotto a un cliente solo se una delle sue categorie attive è aperta a uno dei gruppi del cliente, e il modulo applica la stessa regola ovunque elenchi prodotti o categorie: risultati di ricerca, filtri e loro conteggi, autocompletamento, scorciatoie per categoria, prodotti in evidenza di una regola di ricerca e pagina senza risultati. Un visitatore non collegato conta come gruppo visitatore o ospite. Su un motore esterno questa informazione è salvata nell'indice, quindi una modifica ai gruppi che possono vedere una categoria vale dalla reindicizzazione successiva; sul motore nativo vale subito.

Document types to index

Products: Yes Categories: Yes Brands / manufacturers: Yes CMS pages: 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			

Documenti: quali tipi di contenuto sono indicizzati, e quali dei loro campi sono ricercabili.

6. Faccette: configurare i filtri

La scheda **Faccette** è la configurazione predefinita usata da ogni categoria a cui non è assegnato uno specifico modello di filtri (vedi sezione 7), e dalla pagina di ricerca a meno che un modello non sia contrassegnato per applicarsi anche lì.

Opzioni globali sopra la tabella delle faccette

Opzione	Cosa fa
Mostra i conteggi dei risultati accanto ai valori del filtro	Il numero tra parentesi accanto a ogni valore del filtro. Automatico (consigliato) attiva i conteggi per Elasticsearch, OpenSearch e Meilisearch, che li restituiscono insieme ai risultati senza costo aggiuntivo, e li disattiva per il driver nativo, dove ogni conteggio senza un motore è una query separata sull'intero catalogo. Su un catalogo di grandi dimensioni che gira sul motore nativo, tieni questa opzione disattivata; su uno piccolo puoi attivarla manualmente.
Mostra la faccetta prezzo	Nasconde completamente il filtro prezzo, su ogni motore, quando impostato su No. I motori smettono allora di calcolarlo del tutto. Uso tipico: prezzi completamente personali (una lista prezzi ERP o a contratto), per cui uno slider condiviso non potrebbe rappresentare ciò che ogni cliente paga davvero. A prescindere da questa impostazione, il filtro prezzo non viene mostrato neppure a un cliente a cui PrestaShop stesso nasconde i prezzi: in modalità catalogo (se non è impostata per mostrarli comunque) o per un gruppo di clienti che non può vederli.
Offri l'ordinamento per prezzo	Se i clienti possono ordinare per prezzo, indipendentemente dal filtro prezzo sopra.
Includi le tasse nel prezzo indicizzato	Usa l'aliquota fiscale del paese predefinito del negozio in fase di indicizzazione solo per ordinamento e filtraggio; il prezzo effettivamente mostrato al cliente è sempre calcolato in tempo reale da PrestaShop, mai preso dall'indice. Nota: il prezzo indicizzato è sempre quello della combinazione predefinita di un prodotto, quindi un prodotto le cui combinazioni sono vendute a prezzi diversi filtra e ordina comunque usando quel singolo valore.
Ricalcola i prezzi in cache subito dopo una modifica	Il prezzo in cache usato per ordinamento e filtraggio viene sempre eliminato immediatamente quando un prodotto, una combinazione o un prezzo specifico cambia, così un prezzo obsoleto non può mai essere mostrato; questo non può essere disattivato. Questa impostazione decide solo se il valore aggiornato viene ricalcolato subito (consigliato per un catalogo piccolo e gestito a mano) oppure lasciato alla prossima chiamata del cron o al prossimo visitatore (consigliato se esegui importazioni massive, dato che altrimenti ogni prodotto salvato pagherebbe un calcolo extra).

La tabella di configurazione delle faccette

Una riga per faccetta: categoria, marca, fornitore, tag, prezzo, disponibilità, i flag novità / in offerta / condizione, gli slider di peso, larghezza, altezza e profondità, e ogni gruppo di caratteristiche e attributi presente nel tuo catalogo. Ogni riga ha:

Colonna	Cosa fa
Attiva	Abilita o disabilita la faccetta. Una casella principale sopra la colonna seleziona o deseleziona tutte le righe in una volta, utile su un catalogo con centinaia di gruppi di caratteristiche e attributi.
Faccetta	Il nome a catalogo del filtro (sola lettura).
Pos	Il suo ordine tra le altre faccette attive.
Etichetta personalizzata	Sostituisce il nome mostrato ai clienti, applicato così come digitato in ogni lingua. Lascia vuoto per usare il nome predefinito, già tradotto.

Visualizzazione	Sono proposti solo i tipi di visualizzazione che funzionano davvero per quella faccetta: casella di controllo, pulsante di opzione, menu a tendina, un campione di colore (solo per gruppi di attributi colore), oppure uno slider (la faccetta prezzo e le quattro faccette di misura, più una caratteristica i cui valori vengono rilevati come genuinamente numerici, descritta più sotto).
Modalità	AND richiede che un prodotto corrisponda a ogni valore selezionato in quella faccetta; OR (il default) ne richiede solo uno. AND ora si comporta correttamente anche sul driver nativo, oltre che su ogni motore esterno.
Ordine dei valori	Come sono elencati i valori all'interno di un filtro: Come restituiti (il comportamento storico, con un raggruppamento alfabetico A-Z sugli elenchi lunghi), A-Z , Numerico (legge il numero iniziale, così "9 cm" viene prima di "10 cm"), Più risultati per primi (ricade su A-Z quando i conteggi sono disattivati), oppure Posizione a catalogo (significativa solo per le categorie e per gli attributi, gli unici due con una vera colonna di posizione in PrestaShop; tutto il resto ricade su A-Z).
Conteggi	Mostra o nasconde il conteggio dei risultati per quella specifica faccetta, in aggiunta all'impostazione globale sopra.
Ripiegato	Se il filtro parte chiuso nel pannello.
Limite	Limita quanti valori vengono elencati prima che compaia un "mostra altri".
Nascondi vuoti	Nasconde un valore che al momento non corrisponde a nessun prodotto.
Ricerca	Aggiunge un piccolo campo di ricerca all'interno del filtro, utile per un elenco di valori lungo, come un elenco di marche con decine di voci.

Slider numerici sulle caratteristiche

Peso, Larghezza, Altezza e Profondità sono sempre slider sulle misure del prodotto. Anche una caratteristica può essere offerta come slider, ma solo quando ne ha i requisiti: almeno il 90% dei suoi valori distinti deve essere interpretabile come un numero puro (un'unità di misura come "120 cm" è consentita; l'unità mostrata accanto allo slider è semplicemente quella più comune), con almeno tre valori distinti. Una virgola come separatore decimale non è accettata, poiché "1,000" si legge in due modi diversi a seconda della convenzione, e indovinare male è il modo in cui un filtro comincia a dare informazioni sbagliate ai clienti. Una caratteristica che smette di soddisfare i requisiti dopo l'aggiunta di nuovi prodotti ricade automaticamente su un elenco di valori semplice invece di mostrare uno slider che non può più funzionare.

Per le quattro faccette di misura, un valore pari a zero viene trattato come "non compilato", quindi un prodotto senza peso o dimensione registrati viene escluso da una selezione a intervallo invece di essere conteggiato come se pesasse zero. All'interno di una caratteristica numerica, al contrario, uno zero genuino digitato da un negoziante viene mantenuto come valore reale.

Gruppi di valori

Metti più valori di catalogo sotto un'unica etichetta mostrata al cliente, per esempio un gruppo chiamato "Rosso" che corrisponde a "Cremisi", "Scarlatto" e "Bordeaux" insieme. I valori raggruppati scompaiono dall'elenco filtro semplice e il gruppo prende il loro posto; i valori che non elenchi continuano a comparire da soli. Disponibile su categorie, marca,

fornitore, tag, condizione, e ogni caratteristica e attributo. Un gruppo contiene al massimo **2000** valori.

Il numero mostrato accanto a un gruppo è il conteggio dei prodotti che il gruppo corrisponde realmente, non la somma dei suoi membri (un prodotto che porta due sfumature dello stesso rosso viene contato una volta sola); sia il driver nativo che Elasticsearch od OpenSearch lo calcolano in modo esatto.

Meilisearch non può contare un gruppo di valori come un unico aggregato. Su Meilisearch un filtro raggruppato unisce comunque i suoi valori e filtra correttamente, ma non mostra alcun conteggio accanto al gruppo, invece di uno sbagliato. Anche un campione colore raggruppato non mostra alcun colore su nessun motore, dato che un gruppo di più colori non ha un unico valore esadecimale; per quella particolare faccetta imposta invece le caselle di controllo.

Per creare un gruppo: scegli il filtro a cui appartiene, dai un nome al gruppo, imposta la sua posizione, poi elenca i valori che deve inglobare, uno per riga (per una caratteristica o un attributo, il formato è `Group name|||Value`, generato per te dal selettore sulla destra invece di digitato a mano). Salva, e il gruppo compare nella tabella sopra, dove può essere modificato o eliminato.

Selettori facetabili legacy (lista consentita)

Un modo facoltativo per limitare quali gruppi di caratteristiche e quali gruppi di attributi possono mai diventare faccette, utile su un catalogo con molti più gruppi di caratteristiche o attributi di quanti tu voglia realmente offrire come filtri. Lascia entrambi gli elenchi di controllo vuoti per consentire ogni gruppo.

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	☒	☐

Faccette: la configurazione predefinita, usata da ogni categoria senza uno specifico modello di filtri. Questo catalogo dimostrativo da solo ha oltre duemila righe tra caratteristiche e attributi; solo le prime entrano in questa schermata, il resto funziona esattamente allo stesso modo più in basso nella tabella.

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

Faccette: la tabella dei gruppi di valori e i selettori facetabili legacy, più in basso nella stessa scheda.

7. Modelli di filtri: un diverso insieme di filtri per categoria

Un modello di filtri consente a una categoria, o a un intero ramo dell'albero del catalogo, di mostrare un insieme di faccette diverso dalla configurazione Predefinita a livello di negozio della scheda Faccette. Una categoria senza modello assegnato, e senza una categoria antenata il cui modello sia impostato per applicarsi anche alle sottocategorie, usa sempre il modello Predefinito.

Creare un modello

1. Clicca **Aggiungi modello di filtri**.
2. Dai un **Nome modello**.
3. Spunta **"Applica anche alle sottocategorie"** per ereditare il modello lungo tutto il ramo sotto le categorie che assegni, e **"Usa questo modello anche sulla pagina di ricerca"** se vuoi che sia questo specifico insieme di filtri, invece di quello Predefinito, ad apparire sulla pagina dei risultati di ricerca.
4. **Prodotti per pagina** e **Ordinamento predefinito** per questo modello: lascia "Prodotti per pagina" a 0 e "Ordinamento predefinito" su "Segui la scheda Output" per ereditare semplicemente i valori a livello di negozio della sezione 8. Impostare "Ordinamento predefinito" su "rilevanza" è una scelta reale e deliberata, non vuota: restituisce a questo particolare insieme di categorie l'ordine PrestaShop originale mentre il resto del negozio è ordinato diversamente.
5. Configura la **tabella delle faccette** per questo modello esattamente come descritto nella sezione 6: è la stessa tabella, con ambito ristretto a questo modello invece che alla configurazione predefinita a livello di negozio.
6. **Assegna le categorie** dall'albero a destra.
7. Clicca **Salva modello**.

La tabella in cima alla scheda elenca ogni modello esistente con il suo numero di categorie, se si applica alle sottocategorie, se si applica alla pagina di ricerca, e le azioni Modifica / Elimina.

La scelta dell'ordine di ordinamento fatta direttamente dal cliente nella barra degli indirizzi prevale sempre sia sul modello che sull'impostazione a livello di negozio, esattamente come avveniva già prima dell'esistenza dei modelli. Un modello che richiede un ordinamento per prezzo mentre l'ordinamento per prezzo è disattivato a livello di negozio (sezione 6) ricade silenziosamente sull'ordine PrestaShop originale, esattamente come fa già di default a livello di negozio in quella stessa situazione.

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				

Modelli di filtri: il modello Predefinito esiste sempre; ogni altra riga è un insieme di filtri specifico per una categoria.

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

Creazione di un nuovo modello di filtri: nome, opzioni di ereditarietà e pagina di ricerca, i propri valori di prodotti per pagina e ordinamento, la propria tabella delle faccette, e l'albero delle categorie a cui assegnarlo.

8. Output: il listato, l'autocompletamento e il pannello del campo di

ricerca vuoto

Risultati & listato

L'aspetto del listato stesso (layout della griglia, numero di colonne, quali campi compaiono su una scheda prodotto) appartiene sempre al tuo tema e non viene mai sovrascritto qui, così questo modulo non entra mai in conflitto con il design di un tema commerciale.

- **Prodotti per pagina:** 0 usa l'impostazione prodotti per pagina propria di PrestaShop. Si applica ai listati di categoria e ricerca propri del modulo; un valore esplicito nell'indirizzo prevale sempre.
- **Ordinamento predefinito:** l'ordine usato quando il cliente non ne ha scelto uno. "rilevanza" mantiene il default proprio di PrestaShop (posizione sulle categorie, migliore corrispondenza sulla ricerca); qualunque altra scelta sostituisce anche l'ordinamento per priorità marca sulle categorie descritto nella sezione 12.
- **Opzioni di ordinamento da offrire:** quali ordini appaiono nel menu a tendina rivolto al cliente.

Autocompletamento

Opzione	Cosa fa
Stile autocompletamento	Un menu a tendina sotto il campo di ricerca, oppure un overlay a schermo intero aperto cliccando sul campo di ricerca.
Larghezza a schermo intero	Solo per l'overlay a schermo intero: riquadrato e centrato, oppure esteso da bordo a bordo su schermi larghi.
Suggerimenti massimi	Da 1 a 48.
Mostra immagini	Miniature accanto a ogni suggerimento.
Formato immagine dei suggerimenti	Automatico usa il tuo formato immagine piccolo predefinito per lo stile a tendina, e un formato quadrato più grande per l'overlay a schermo intero così le sue schede non risultano sfocate; oppure scegli un formato specifico tra le impostazioni immagine del tuo negozio.
Testo segnaposto (per lingua)	Il testo mostrato all'interno del campo di ricerca vuoto, un campo per ogni lingua del negozio. Lascia una lingua vuota per usare il testo predefinito tradotto.
Badge del suggerimento	Per un suggerimento di prodotto: l'etichetta generica del tipo di risultato (default), la sua categoria radice, il suo riferimento, oppure nessuna etichetta. Gli altri tipi di suggerimento (categorie, marche, pagine CMS) mantengono sempre la propria etichetta di tipo.
Posizione del badge	Sotto il nome del prodotto (default) oppure sopra di esso.
Tipi di suggerimento	Quali tipi di suggerimento compaiono: prodotti, categorie, marche, pagine CMS.

Un suggerimento di prodotto mostra il prezzo solo quando PrestaShop stesso lo mostrerebbe a quel cliente: niente prezzo in modalità catalogo (se non è impostata per mostrarli comunque), per un gruppo di clienti che non può vedere i prezzi o per un prodotto con la visualizzazione del prezzo disattivata.

Quando il campo di ricerca è vuoto

Cliccare su un campo di ricerca vuoto può aprire un pannello con i termini più cercati del negozio e le ricerche recenti del visitatore stesso. Funziona anche da tastiera: la freccia giù apre lo stesso pannello, su e giù lo percorrono, Invio segue la riga evidenziata, Esc lo chiude, e una volta aperto il pannello, Tab passa al pulsante Cancella, Canc rimuove la ricerca recente evidenziata e Maiusc+Canc le rimuove tutte.

Opzione	Cosa fa
Ricerche popolari	Provengono dal registro di ricerca del negozio (sezione 9), quindi richiede che "Registra le ricerche" sia attivo. L'elenco viene aggregato in background, aggiornato alcune volte al giorno, dal cron e anche ogni volta che la scheda Statistiche di ricerca viene salvata o aperta; un negozio senza cron ottiene l'elenco una sola volta, la prima volta che quella scheda viene aperta, e da quel momento smette di aggiornarsi.
Ricerche recenti (visitatore)	Mantenute solo nella memoria del browser del visitatore, mai inviate al negozio né registrate da esso. Impostato su No, nulla viene letto o scritto; anche al successivo caricamento della pagina tutto ciò che era già memorizzato lì viene cancellato.
Termini per elenco	Da 1 a 12, applicato a entrambi gli elenchi.
Cerca all'interno di una categoria o una marca	Aggiunge scorciatoie come "Cerca maglietta in Uomo" sotto i suggerimenti, limitate alle categorie e alle marche dei prodotti già mostrati nel pannello (non un conteggio sull'intero insieme di risultati, ragione per cui non compare alcun numero accanto a esse; una categoria con molti più risultati più in basso nel ranking può risultare assente dall'elenco). Al massimo tre scorciatoie, categorie per prime. Richiede che "Sostituisci la ricerca nativa" e il blocco filtri siano entrambi attivi.

Livello di log

Quanto dettaglio il modulo scrive nel proprio registro diagnostico: Informativo, Avviso, Errore o Critico. Lascia questo sul valore predefinito a meno che tu non stia facendo una diagnosi con il supporto.

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

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

Below the product name (default)

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.

The list is built by the module cron, and also whenever you save or open the Search analytics tab. A shop with no cron configured therefore gets its list the first time this tab is opened, and it stops being refreshed after that.

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

Output: risultati e listato, lo stile di autocompletamento e le sue opzioni di suggerimento, e il pannello mostrato quando il campo di ricerca è vuoto.

9. Statistiche di ricerca

Cosa cercano davvero i clienti e, ancora più prezioso, quali ricerche restituiscono zero risultati, il che significa vendite perse. Viene memorizzato solo il testo della query stessa; nessun dato personale.

- **Registra le ricerche:** attiva o disattiva il registro di ricerca. Le ricerche popolari (sezione 8) richiedono che sia attivo.
- **Conserva i dati per (giorni):** 0 li conserva per sempre; altrimenti le righe più vecchie vengono eliminate automaticamente.
- **Intervallo di tempo:** ultimi 7, 30 o 90 giorni, per i dati sotto riportati.

Quattro contatori: ricerche totali, query uniche, ricerche a zero risultati, e la percentuale di ricerche che hanno restituito zero risultati. Una ricerca conta una sola volta per visitatore e per giorno per lo stesso termine, e un visitatore aggiunge al massimo 30 ricerche al giorno, così un singolo visitatore non può gonfiare questi numeri né spingere un termine tra le ricerche popolari. Il visitatore è riconosciuto da un'impronta giornaliera del suo indirizzo, conservata solo per quel giorno nella cache del server e mai scritta nel registro delle ricerche.

Ricerche principali: i termini più cercati, ciascuno con il proprio conteggio, il numero medio di risultati, e un pulsante **Nascondi** che lo aggiunge in un click all'elenco "non suggerire mai" più sotto.

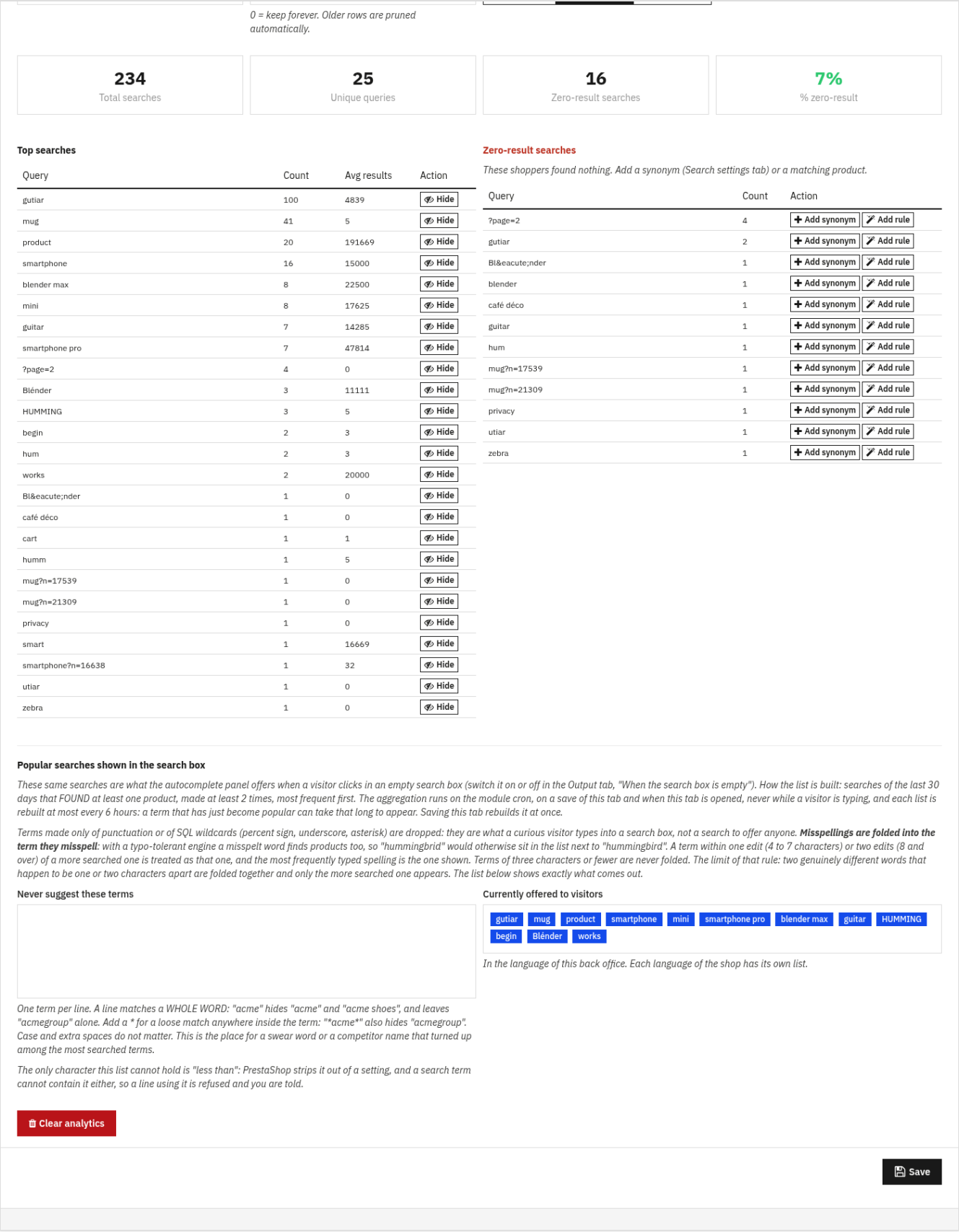
Ricerche a zero risultati: cosa hanno cercato i clienti senza trovare nulla. Ogni riga offre **Aggiungi sinonimo**, che porta alla scheda Impostazioni ricerca, e **Aggiungi regola**, che apre la scheda Merchandising (sezione 10) con quel termine già compilato.

Ricerche popolari mostrate nel campo di ricerca

Lo stesso elenco che alimenta il pannello del campo di ricerca vuoto descritto nella sezione 8. Viene costruito dalle ricerche della finestra temporale configurata che hanno trovato almeno un prodotto, cercate almeno un numero minimo di volte, dalle più frequenti, aggregato dal cron e al salvataggio o all'apertura di questa scheda, mai mentre un cliente sta digitando. I termini composti solo da punteggiatura o da caratteri jolly SQL vengono scartati. Su un motore tollerante ai refusi, un refuso viene ricondotto al termine corretto a cui è vicino, così "colibrì" scritto male non compare nell'elenco accanto a "colibrì"; l'ortografia effettivamente mostrata è quella che i clienti digitano più spesso. Questo accorpamento ha un limite dichiarato: due parole genuinamente diverse che per caso distano uno o due caratteri possono essere accorpate insieme, e compare solo quella più cercata; il pannello sotto l'impostazione mostra esattamente il risultato che ne deriva.

Non suggerire mai questi termini: un termine per riga, confrontato come parola intera, così "acme" nasconde "acme" e "scarpe acme" ma lascia stare "acmegroup"; aggiungi un  per una corrispondenza approssimativa in qualunque punto del termine. È il posto giusto per il nome di un concorrente o una parola indesiderata che compare tra i termini più cercati del negozio.

Cancella statistiche: elimina ogni ricerca registrata per questo negozio. L'operazione non può essere annullata.



Ordine di priorità

1. Una regola di reindirizzamento vince per prima: scatta prima ancora che venga calcolato un qualunque risultato.
2. Altrimenti la ricerca procede normalmente, con il motore, i sinonimi e la tolleranza ai refusi che si applicano come di consueto.
3. Una regola in evidenza o potenziata colloca poi i suoi prodotti in cima, prima della paginazione.
4. La pagina zero risultati (sotto) arriva per ultima, solo quando la ricerca non trova ancora nulla dopo tutto quanto sopra.

Tra le regole, una corrispondenza esatta del termine batte "contiene", che batte un pattern; all'interno dello stesso tipo di corrispondenza, la posizione da te scelta, poi l'id della regola, decide l'ordine. Vince la prima regola corrispondente, e le regole non si sommano mai tra loro. Tutti e tre i tipi di regola si disattivano nel momento in cui un cliente applica un filtro a faccetta o sceglie un proprio ordinamento, dato che un prodotto promosso non deve necessariamente corrispondere al termine e non ha senso all'interno di una selezione a cui potrebbe contraddire, o in cima a un elenco "più economico per primo"; il tuo ordinamento predefinito (sezione 8) non è una scelta del cliente e non disattiva le regole. La paginazione è l'unica eccezione: i prodotti in evidenza occupano i primi posti dell'intero listato, quindi la pagina 2 e successive proseguono dopo di essi invece di ripeterli.

Creare una regola di ricerca

1. Clicca **Aggiungi regola di ricerca**.
2. Scegli **Quando il termine di ricerca**: corrisponde esattamente, contiene, oppure corrisponde a un pattern (usa ***** come carattere jolly, per esempio **iphone***). Maiuscole/minuscole, accenti e punteggiatura vengono sempre ignorati.
3. Digita il **Termine**, scegli una **Lingua** (o "Tutte le lingue"), e una **Posizione** tra le altre regole.
4. Scegli cosa succede **Poi**: metti in evidenza prodotti fissi indipendentemente dalla corrispondenza, potenzia i prodotti corrispondenti senza fissarli, oppure reindirizza il cliente.
5. Per una regola in evidenza o potenziata, scegli fino a **24 prodotti** digitandone il nome o il riferimento, nell'ordine in cui vuoi che vengano mostrati.
6. Per un reindirizzamento, scegli il tipo di destinazione (una categoria, una pagina CMS, un prodotto, una marca, o un URL semplice che inizi con **http://**, **https://** o una **/** iniziale), il suo ID o URL, e lo stato HTTP: 302 a meno che tu non sia sicuro, dato che un 301 viene messo in cache dai browser ed è difficile da ritirare.
7. Clicca **Salva regola di ricerca**.

Un indice di ricerca che non può filtrare su un elenco specifico di id prodotto non può servire i prodotti in evidenza o potenziati di una regola; quando questo vale per il tuo indice attuale, la scheda te lo segnala e chiede una reindicizzazione completa dalla scheda Dashboard. Le regole di reindirizzamento e la pagina zero risultati funzionano comunque, dato che nessuna delle due richiede al motore di filtrare su un elenco di prodotti.

Multistore: le regole di ricerca sono l'unica impostazione di questa pagina che non è condivisa. Ogni altra impostazione di questo modulo è per negozio con un fallback globale; una

regola salvata mentre è selezionato "Tutti i negozi" viene memorizzata per il singolo negozio che si trovava nel contesto in quel momento, non condivisa con gli altri. Passa al negozio a cui la regola è destinata prima di salvarla, e ripeti la regola su ogni negozio che ne ha bisogno.

Pagina zero risultati

Ciò che un cliente vede quando una ricerca non trova nulla, dopo che sia sinonimi che tolleranza ai refusi hanno già entrambi fallito, mostrata sotto il messaggio "nessun risultato" proprio del tema, solo sulla pagina di ricerca.

- **Mostra la pagina zero risultati:** attivata o disattivata.
- **Prodotti da suggerire:** fino a 24, scelti allo stesso modo di una regola di ricerca.
- Per lingua: un campo **Titolo** e un campo **Testo** (sono consentiti tag HTML di base).

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

Yes

Products to suggest

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'ordine di priorità, la tabella delle regole di ricerca, e la pagina zero risultati sotto di essa.

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

Creazione di una regola di ricerca: la condizione di corrispondenza, il termine, l'azione, e il selettore prodotti per una regola in evidenza o potenziata.

11. Pagine di atterraggio SEO basate su filtro

Di default ogni URL filtrato che un cliente può costruire (una categoria con una marca e un colore selezionati, per esempio) è contrassegnato `noindex, follow`, così i motori di ricerca non vengono mai invitati a indicizzare le combinazioni pressoché infinite che un sistema a faccette può produrre. Questa scheda ti permette di trasformare deliberatamente un piccolo numero scelto di combinazioni di valore in vere pagine indicizzabili, ciascuna con il proprio titolo, meta descrizione, intestazione, testo introduttivo e un indirizzo leggibile come `/scarpe-running-rosse`, con un tag canonico auto-referenziato. Il precedente indirizzo con parametri di query di una pagina a cui è stato successivamente assegnato un URL descrittivo reindirizza a

esso con un 301, così un link già indicizzato continua a funzionare e trasmette il proprio posizionamento.

Creare una pagina di filtro SEO

1. Imposta "**Abilita le pagine di atterraggio SEO**" su Sì, e facoltativamente imposta un **Prefisso URL** (lascia vuoto per pagine alla radice, per esempio `/scarpe-running-rosse` ; un prefisso come "filtri" dà `/filtri/scarpe-running-rosse` , utile se i tuoi indirizzi categoria non hanno un id numerico, dato che un indirizzo a singolo segmento verrebbe altrimenti intercettato per primo dalla rotta delle categorie).
2. Clicca **Aggiungi pagina di filtro SEO**.
3. Scegli l'**Ambito**: un listato di categoria, o la pagina di ricerca. Per una categoria, scegli la **Categoria di destinazione**.
4. Imposta la **Chiave URL**, l'indirizzo effettivo della pagina. Si compila dal meta titolo della tua lingua predefinita man mano che digiti, e resta modificabile; una chiave già usata da una categoria, un prodotto, una pagina CMS, un'altra pagina SEO, una pagina core, una cartella di installazione, o l'URL descrittivo di un altro modulo, viene rifiutata, e lo stesso vale per una che inizierebbe come un id categoria.
5. Costruisci la **combinazione di filtri da inserire nella lista consentita**: marche, qualunque gruppo di attributi, qualunque gruppo di caratteristiche, disponibilità, condizione, i flag Novità e In offerta, e un intervallo di prezzo, tutti come elenchi a selezione multipla.
6. Per lingua, compila il **Meta titolo**, l'**Intestazione H1**, la **Meta descrizione** e un **Testo introduttivo** (sono consentiti tag HTML di base). L'intestazione H1 compare sopra i prodotti con l'aspetto del titolo della pagina; viene emessa come titolo di secondo livello, perché il tema stampa già l'H1 della pagina.
7. Clicca **Salva pagina SEO**.

La tabella elenca ogni pagina con la sua destinazione, un riepilogo dei suoi filtri, il suo titolo, la sua chiave URL (o una nota che indica che è ancora al vecchio indirizzo con parametri di query), un segnale se il suo indirizzo entra ora in conflitto con qualcos'altro, un collegamento **Visualizza**, e le azioni Modifica / Elimina.

Una combinazione inserita nella lista consentita ottiene esattamente una pagina: una seconda pagina per una combinazione già presente viene rifiutata. Un intervallo numerico, come un peso o un prezzo digitato direttamente nell'indirizzo invece che scelto tramite questo modulo, non viene rispettato su una pagina SEO: l'indirizzo descrittivo stesso è l'intera selezione, quindi la pagina ignora qualunque cosa in più la stringa di query possa contenere. Gli intervalli funzionano normalmente sui normali listati di categoria e ricerca.

Se l'impostazione URL descrittivi di PrestaShop (Parametri negozio > Traffico & SEO) è disattivata, le pagine SEO vengono servite al loro vecchio indirizzo con parametri di query finché non viene riattivata; la scheda te lo segnala quando si applica.

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 ?cl_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

Pagine di filtro SEO: l'impostazione del prefisso URL, e la tabella delle combinazioni di filtri indicizzabili inserite nella lista consentita.

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

Creazione di una pagina di filtro SEO: la chiave URL e l'inizio della combinazione di filtri da inserire nella lista consentita (marca, colore, dimensione e tipo di carta in questo catalogo; i tuoi filtri compariranno qui al loro posto).

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

Più in basso nello stesso modulo: disponibilità, condizione, i flag Novità e In offerta, un intervallo di prezzo, e il titolo, la descrizione e il testo introduttivo per lingua.

12. Avanzate: regole di listato e prezzi personali

Regole di listato (categoria & ricerca)

Opzione	Cosa fa
Prodotti esauriti	Mostrali dove l'ordinamento scelto li colloca naturalmente, mostrali per ultimi (dopo ogni prodotto disponibile, mantenendo il tuo ordinamento all'interno di ciascuna metà, e funzionando correttamente tra le pagine), oppure nascondili del tutto. Esaurito significa una quantità pari a zero. "Mostrali per ultimi" richiede una reindicizzazione perché abbia effetto su un motore esterno.
Variante mostrata durante il filtraggio per attributo	Quando un cliente filtra per, ad esempio, una taglia o un colore, mostra la scheda prodotto della combinazione corrispondente stessa, cioè la sua propria foto, prezzo e disponibilità, oppure mostra sempre la combinazione predefinita del prodotto indipendentemente dal filtro.
Ordinamento predefinito categoria	L'ordine predefinito proprio del tema (posizione), oppure priorità marca per prima (usando un valore di priorità impostato sul produttore), poi posizione.
Escludi ID valore caratteristica	Un elenco separato da virgole di ID valore caratteristica. I prodotti che ne portano uno qualunque vengono nascosti da ogni listato, utile per ritirare una linea dismessa senza eliminarla. Richiede una reindicizzazione perché abbia pieno effetto su un motore esterno.

Prezzi personali (prezzi specifici per cliente)

Il prezzo mostrato a un cliente viene sempre calcolato in tempo reale ed esatto da PrestaShop, incluso qualunque prezzo personale possa avere; questo non è mai influenzato da nulla in questa scheda. Ciò che questa impostazione controlla è soltanto quale prezzo viene usato internamente per **ordinare e filtrare** un listato, dato che questo richiede un valore indicizzato per prodotto anziché un calcolo in tempo reale per ogni cliente a ogni visualizzazione di pagina. Di default quel valore indicizzato è il prezzo del gruppo cliente, quindi un cliente con una propria lista prezzi individuale, per esempio tramite un'integrazione ERP o a contratto, potrebbe vedere un listato ordinato o filtrato in modo leggermente diverso da quanto gli viene effettivamente addebitato al checkout.

Gestione dei prezzi personali: quattro modalità.

- **Disattivata:** ordinamento e filtraggio per prezzo usano sempre il prezzo del gruppo cliente.
- **Indicizza i prezzi personali:** calcola un prezzo indicizzato esatto per ogni cliente con una lista prezzi individuale, così anche i suoi risultati di ordinamento e filtraggio sono esatti. Richiede una reindicizzazione dopo l'attivazione.
- **Mostra un avviso:** visualizza un messaggio vicino all'ordinamento e al filtro per prezzo ai clienti che hanno una lista prezzi personale, informandoli che i valori mostrati lì potrebbero non essere il loro prezzo esatto.
- **Entrambe:** indicizza i prezzi personali e mostra comunque l'avviso per qualunque cliente che, per qualunque motivo, non sia coperto dall'indicizzazione (vedi il limite clienti sotto).

Quando l'indicizzazione è attiva, la scheda stima, per il tuo catalogo attuale, quanti calcoli di prezzo extra richiederebbe una reindicizzazione completa, e all'incirca quanti minuti in più e

quanto spazio indice in più aspettarsi, prima che tu la attivi. Un **Limite clienti** (un numero fisso, oppure Automatico, basato sullo spazio disco libero del tuo cluster Elasticsearch o OpenSearch) limita tutto questo: i clienti oltre il limite ricadono semplicemente sul loro prezzo di gruppo invece di rendere ogni reindicizzazione imprevedibilmente più pesante.

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)

1 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.

Avanzate: le regole di listato per disponibilità, varianti, ordinamento categoria e caratteristiche escluse, e le impostazioni dei prezzi personali sotto di esse.

13. Reindicizzazione e cron

La scheda **Dashboard** è la pagina principale del modulo. Sul motore nativo conferma semplicemente che la ricerca nativa è attiva, senza nulla da indicizzare. Con un motore esterno mostra lo stato della connessione, il numero di documenti indicizzati per tipo, una tabella di ogni indice con il proprio conteggio di documenti, e due pulsanti: **Reindicizza ora** ed **Elimina tutti i dati indicizzati**, entrambi con una barra di avanzamento in tempo reale.

Una reindicizzazione manuale completa da questo pulsante è necessaria una volta, subito dopo essere passati per la prima volta a un motore esterno, e di nuovo dopo ogni modifica che questa guida descrive come richiedente una reindicizzazione (i filtri dell'analyzer, la modalità di visualizzazione dei prodotti esauriti, l'indicizzazione dei prezzi personali, gli ID valore caratteristica esclusi, i gruppi di clienti che possono vedere una categoria, e alcune altre segnalate nel corso di questa guida).

Dopo un aggiornamento da una versione precedente alla 4.21.0, su un motore esterno esegui una reindicizzazione completa: l'indice ora registra quali gruppi di clienti possono vedere ogni prodotto e categoria (sezione 5), e la pagina del modulo mostra l'avviso **Reindicizzazione completa necessaria** finché tutti gli indici non sono stati ricostruiti. Sul motore nativo non c'è nulla da fare.

La scheda mostra anche un URL cron protetto da token, nella forma:

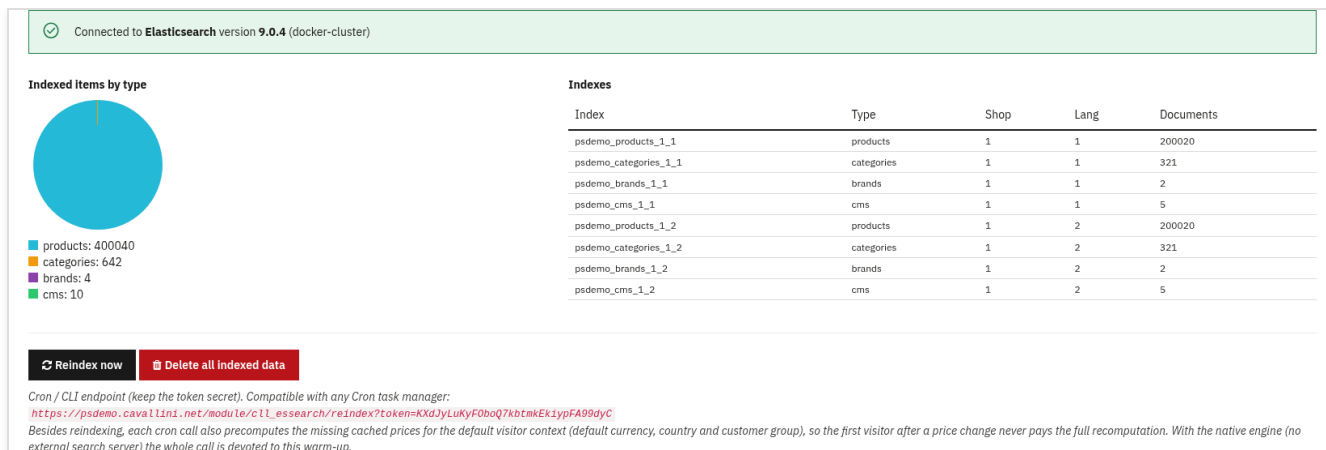
```
https://your-shop/index.php?fc=module&module=cll_essearch&controller=reindex&token=SECRET
```

Aggiungilo allo scheduler del tuo server, o a qualunque servizio esterno in grado di chiamare un URL secondo una pianificazione; l'endpoint è sicuro da chiamare quanto spesso vuoi, e funziona entro un budget di tempo (50 secondi di default, da 5 a 280 con `&seconds=N`). Ogni chiamata fa due cose:

- Su un motore esterno, prima invia le modifiche ai prodotti rimaste in coda mentre il motore non rispondeva, poi esegue una reindicizzazione completa o incrementale su ogni negozio e lingua, entro il budget di tempo; sul motore nativo non c'è nulla da indicizzare, quindi questo passaggio viene saltato e tutto il suo budget va al passaggio successivo.
- Spende il tempo rimanente a riscaldare i prezzi in cache usati per ordinamento e filtraggio, per il contesto visitatore predefinito del negozio corrente, così il primo visitatore dopo una variazione di prezzo non paga mai lui stesso il ricalcolo completo. Aggiungi `&only=prices` per eseguire il riscaldamento dei prezzi da solo, con una pianificazione più frequente rispetto alla reindicizzazione completa, e `&warm_max=N` per limitare quanti prodotti vengono prezzati per chiamata.

Lo stesso endpoint accetta anche una modalità a batch `id_shop / id_lang / offset`, la stessa che il pulsante Reindizza ora del back office già usa internamente, disponibile per qualunque scheduler esterno che preferisca batch piccoli e riprendibili invece di un'unica chiamata di lunga durata.

Su un motore esterno, una reindicizzazione costruisce un nuovo indice con timestamp e sposta i clienti su di esso solo una volta terminata la costruzione, così una reindicizzazione in corso, o una che fallisce a metà, non lascia mai il front office con un indice a metà costruito o una ricerca non funzionante. Si ricostruisce un solo indice alla volta: se il cron sta già ricostruendo lo stesso indice, **Reindizza ora** lo segnala e chiede di aspettare, invece di cancellarsi a vicenda l'indice costruito a metà.



Dashboard: stato della connessione, documenti indicizzati per tipo, la tabella degli indici, i controlli di reindicizzazione, e l'URL del cron.

14. Multistore

Le impostazioni di connessione, ogni interruttore principale, la configurazione delle faccette e i modelli di filtri sono tutti per negozio, con un valore predefinito globale usato da qualunque negozio privo di una propria configurazione specifica. È così che due negozi della stessa installazione PrestaShop possono usare due diversi motori di ricerca, due diversi temi, e due diversi insiemi di filtri, in parallelo. "Sostituisci la ricerca nativa" è anch'essa per negozio, e le scorciatoie di autocompletamento "cerca all'interno di una categoria o marca" (sezione 8) seguono quella stessa impostazione negozio per negozio.

Limite noto: le regole di merchandising non sono condivise. A differenza di tutto quanto elencato sopra, una regola di ricerca (sezione 10) salvata mentre nel back office è selezionato "Tutti i negozi" viene memorizzata contro il singolo negozio che si trovava nel contesto in quel momento, non condivisa con l'intera installazione. Su un multistore, crea di nuovo la regola su ogni negozio che ne ha bisogno, oppure passa a quel singolo negozio prima di salvarla, invece di affidarti a "Tutti i negozi" per diffonderla.

15. Domande frequenti e limiti noti

Devo per forza avere Elasticsearch, OpenSearch o Meilisearch per usare questo modulo?

No. Il motore nativo funziona appena imposti **Attiva la ricerca nel front-office** su Sì (sezione 1), senza server esterno, e offre già ricerca, autocompletamento, navigazione a faccette e la propria tolleranza ai refusi. Un motore esterno è un potenziamento di prestazioni e rilevanza per cataloghi più grandi, non un requisito.

Ho cambiato motore di ricerca e ora la ricerca non restituisce nulla.

Cambiare motore nella scheda Connessioni non trasferisce l'indice del motore precedente. Esegui **Reindicizza ora** nella scheda Dashboard dopo il cambio.

Perché i valori dei filtri sul mio listato non mostrano conteggi prodotto?

Controlla "Mostra i conteggi dei risultati" nella scheda Faccette. Con Automatico, i conteggi sono intenzionalmente nascosti sul motore nativo per evitare una query extra per ogni valore filtro a ogni visualizzazione del listato; attivali manualmente se il tuo catalogo è abbastanza piccolo da rendere accettabile il costo, oppure passa a un motore di ricerca, che restituisce i conteggi senza costo di query aggiuntivo.

Il pannello filtri AJAX non aggiorna la griglia prodotti sul mio tema.

Imposta il campo "Selettore CSS della lista prodotti" nella scheda Impostazioni ricerca (sezione 3) sul selettore CSS del contenitore della griglia prodotti del tuo tema.

L'autocompletamento non compare quando digito nel campo di ricerca.

Il campo di ricerca del tuo tema potrebbe non usare il markup standard di PrestaShop. Imposta il campo "Selettore CSS del campo di ricerca" (sezione 3).

Vedo due pulsanti "Filtri", o due pannelli filtri, sulle mie pagine di listato.

Un altro modulo di ricerca a faccette, più comunemente il modulo nativo di PrestaShop `ps_facetedsearch`, è attivo contemporaneamente; PrestaShop consente a un solo modulo di rispondere all'hook che calcola il filtraggio di categoria, quindi se entrambi provano a disegnare un pannello si ottiene un risultato duplicato e confuso. La pagina di configurazione del modulo mostra un avviso che indica ogni modulo in conflitto, con un pulsante Disattiva a un click accanto a ciascuno; nessun dato viene perso, e ognuno di essi può essere riattivato in qualunque momento da Gestione moduli. Nella stessa pagina, un avviso a parte su `ps_facetedsearch` ha il pulsante **Non mostrare più questo avviso**, per un negozio che tiene attivo quel modulo di proposito.

Questo modulo cambia il modo in cui i prezzi vengono mostrati ai clienti registrati con prezzi speciali?

No. Il prezzo mostrato a un cliente viene sempre calcolato in tempo reale da PrestaShop stesso, esattamente come avverrebbe senza questo modulo. L'impostazione "Prezzi personali" della scheda Avanzate (sezione 12) influenza solo quale prezzo viene usato internamente per ordinare e filtrare un listato.

Posso tenere i filtri completamente fuori da una specifica categoria?

Sì: crea un modello di filtri senza faccette attive (o solo quelle che vuoi) e assegnalo a quella categoria (sezione 7).

I motori di ricerca indicizzeranno ogni possibile combinazione di filtri sul mio sito?

No. Ogni URL filtrato è `noindex, follow` di default. Usa la scheda Pagine di filtro SEO (sezione 11) per trasformare deliberatamente combinazioni specifiche e di valore in pagine indicizzabili con un proprio indirizzo, titolo e descrizione.

Disattivare "Ricerche recenti" invia qualcosa al negozio?

No, in entrambi gli stati. Le ricerche recenti vivono solo nella memoria del browser del visitatore e non vengono mai inviate al negozio, né registrate da esso; disattivare l'impostazione significa semplicemente che nulla viene letto da, o scritto in, quella memoria.

Un tema costruito su Hummingbird o Classic non mostra filtri sulla pagina dei risultati di ricerca. La mia versione di PrestaShop è troppo vecchia?

No. I temi Classic e Hummingbird danno alla pagina dei risultati di ricerca un layout a larghezza piena senza colonna sinistra su ogni versione di PrestaShop, dalla 1.7.1 alla 9.1 comprese; è una scelta di layout propria del tema per quella pagina, non un limite di versione, e nessun aggiornamento di PrestaShop lo cambia. È esattamente per questo che il modulo disegna il blocco filtri da un secondo hook, a livello di layout, su qualunque pagina strutturata in questo modo (sezione 3), così funziona su ogni versione indipendentemente.

Altri limiti noti utili da conoscere prima di incontrarli

- Una faccetta raggruppata (sezione 6) non mostra alcun conteggio prodotto su Meilisearch, invece di uno sbagliato.
- Sul motore nativo e su Meilisearch, due faccette dello stesso gruppo sottostante, per esempio una caratteristica Colore e una caratteristica Taglia, non vedono l'una la selezione dell'altra nei propri conteggi: scegliere un colore non riduce i numeri mostrati accanto alle taglie, il che può occasionalmente indicare un valore che poi restituisce zero risultati. Su Elasticsearch e OpenSearch ogni gruppo di caratteristiche o attributi viene contato con le selezioni degli altri gruppi applicate, e un valore già spuntato che le altre selezioni escludono resta in elenco con 0, così si può togliere la spunta.
- Una scheda aggiunta al listato da "Carica altri" o dallo scorrimento infinito (sezione 3) non viene decorata da un altro modulo che reagisce a un aggiornamento completo della griglia, come un'icona cuore per la wishlist; cambiare pagina tramite la paginazione numerata, l'ordinamento e la dimensione pagina non sono interessati. Usa invece la modalità di paginazione numerata se un modulo del genere deve decorare ogni scheda.
- Una pagina di filtro SEO (sezione 11) non rispetta un intervallo numerico digitato direttamente nel suo indirizzo; l'indirizzo descrittivo è l'intera selezione.
- Le regole di merchandising (sezione 10) sono l'unica impostazione per negozio di questo modulo che non è condivisa tra le installazioni multistore dal contesto "Tutti i negozi".
- `ps_facetedsearch`, il modulo di filtraggio nativo di PrestaShop, compete per lo stesso hook di questo modulo; disattivalo se entrambi sono attivi sullo stesso negozio (vedi la domanda sopra).