

CHECK-LIST : LE TRACKING POUR LES PME

Bannière cookies, Tag Manager, GA4, Google Ads et qualité des données en huit blocs

PAR CÉDRIC FRAPPART, TEAM LEAD • MIS À JOUR LE 27 SEPTEMBRE 2026

Parcourez cette liste lors d'un nouveau site, d'une nouvelle bannière cookies ou d'un changement d'agence, puis une fois par trimestre. Le bloc 7 ne s'applique que si vous mesurez en server-side.

1. BANNIÈRE COOKIES ET CONSENT MODE

- ☐ « Tout refuser » figure au même niveau que « Tout accepter », sans couleurs incitatives ^[1].
- ☐ Pas de cases précochées ; fermer la bannière ou poursuivre la navigation ne vaut pas consentement ^[1].
- ☐ Retirer son consentement est aussi simple que le donner, et les balises suivent réellement ce choix ^[1].
- ☐ Les pixels et le local storage attendent aussi le consentement ; les cookies analytiques ne sont pas exemptés ^[1].
- ☐ Le Consent Mode est sur `denied` par défaut avant qu'une seule balise de mesure se déclenche ^[2].
- ☐ Votre catégorie publicité pilote `ad_storage`, `ad_user_data` et `ad_personalization` ^[2].
- ☐ Le choix basic ou advanced est documenté et testé : après « Tout accepter », `gcs` vaut G111.

2. GOOGLE TAG MANAGER

- ☐ Votre bannière cookies se charge sur le déclencheur Consent Initialization - All Pages ^[3].
- ☐ Les balises d'autres fournisseurs exigent un consentement supplémentaire, et le Consent Overview n'en montre aucune sans paramètre ^[3].
- ☐ Le compte est au nom de votre entreprise, votre propre organisation le gère, et il y a un administrateur supplémentaire ^[4].
- ☐ La balise Google se déclenche sur Initialization - All Pages ^[5], et GA4 ne se charge qu'une fois.
- ☐ Pas de balises Google ni de consentement en Custom HTML ^[6] ; chaque publication a un nom de version.

3. ÉVÉNEMENTS CLÉS DANS GA4

- ☐ Uniquement des actions qui rapportent de l'argent, comme un formulaire envoyé ou un achat.

- ☐ Vous utilisez les noms d'événements recommandés, comme `generate_lead` et `purchase` ^[7].
- ☐ L'événement ne se déclenche qu'après un envoi réussi, via la couche de données, pas au clic.
- ☐ Méthode de comptabilisation et valeur par défaut choisies et notées pour chaque événement clé.

4. ACHATS ET LEADS : CE QUE VOUS TRANSMETTEZ

- ☐ `purchase` a un `transaction_id` et des `items` ; qui transmet `value` transmet aussi `currency` ^[7].
- ☐ L'ID de transaction est unique, jamais vide, et ne contient pas de données client ^[8].
- ☐ `value` suit une seule définition (avec ou sans TVA et livraison), dans GA4 comme dans Google Ads.
- ☐ L'objet e-commerce est vidé à chaque fois, et les remboursements passent par `refund` ^[9].
- ☐ Pas de données personnelles dans les paramètres d'événement ou les URL, comme une adresse e-mail issue d'un formulaire ^[10].

5. CONVERSIONS DANS GOOGLE ADS

- ☐ Une seule conversion principale par action : un import GA4 ou une balise Google Ads, pas les deux ^[11].
- ☐ Méthode de comptage « Une » pour les leads et « Toutes » pour les achats ^[11] ; aucune page vue en principal.
- ☐ Les conversions créées depuis GA4 sont en principal ou en secondaire en connaissance de cause.
- ☐ Le taggage automatique est activé, et GA4 et Google Ads sont associés.

6. SUIVI AVANCÉ DES CONVERSIONS

- ☐ Activé au niveau du compte, et les anciens paramètres par action de conversion sont nettoyés ^[12].
- ☐ Les listes de clients basées sur les conversions sont un choix réfléchi, couvert par votre politique de confidentialité ^[13].
- ☐ Les données client ne partent qu'avec `ad_user_data` sur `granted` ^[3].
- ☐ Votre politique de confidentialité mentionne les données client hachées : hacher, c'est pseudonymiser ^[14].

7. SERVER-SIDE, SI VOUS L'UTILISEZ

- ☐ Le conteneur serveur tourne sur votre propre domaine, de préférence en same origin ^[15].
- ☐ Les balises d'autres fournisseurs dans le conteneur serveur respectent elles-mêmes le consentement ^[16].

- ☐ Le pixel et l'API Conversions partagent l'ID d'événement ^[17], et GA4 ne reçoit chaque événement qu'une fois.
 - ☐ Région européenne, contrat de sous-traitance, et projet cloud et conteneurs au nom de votre entreprise.
-

8. QUALITÉ DES DONNÉES, CHAQUE MOIS

- ☐ (not set) et Unassigned restent stables dans Acquisition de trafic ^[5].
 - ☐ Pas de sources ni de noms d'hôte inconnus avec des pics, ni d'ID de transaction en double.
 - ☐ Les domaines de vos pages de paiement figurent parmi les sites référents à ignorer ^[18].
 - ☐ Le filtre de trafic interne était d'abord en mode Test, car un filtre actif est définitif ^[19].
 - ☐ GA4 est comparé à vos propres commandes ou demandes, dans le fuseau horaire de Bruxelles.
-

SOURCES

1. Check-list cookies [Autorité de protection des données, 17 octobre 2023]
<https://www.autoriteprotectiondonnees.be/publications/checklist-cookies.pdf>
2. Présentation du mode Consentement [Google for Developers, 30 juillet 2026]
<https://developers.google.com/tag-platform/security/concepts/consent-mode?hl=fr>
3. Compatibilité du mode Consentement dans Tag Manager [Aide Tag Manager]
<https://support.google.com/tagmanager/answer/10718549?hl=fr>
4. Avant d'installer Google Tag Manager [Aide Tag Manager]
<https://support.google.com/tagmanager/answer/6103576?hl=fr>
5. Que signifie la valeur (not set) dans vos rapports ? [Aide Google Analytics]
<https://support.google.com/analytics/answer/13504892?hl=fr>
6. La couche de données [Google for Developers, 22 juillet 2026]
<https://developers.google.com/tag-platform/tag-manager/datalayer?hl=fr>
7. Événements recommandés [référence pour les développeurs] [Google for Developers, 16 septembre 2026]
<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/reference/events?hl=fr>
8. Minimiser les événements clés en double à l'aide des ID de transaction [Aide Google Analytics]
<https://support.google.com/analytics/answer/12313109?hl=fr>
9. Mesurer l'e-commerce [Google for Developers, 19 août 2026]
https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/ecommerce?client_type=gtm&hl=fr
10. Bonnes pratiques à adopter pour éviter d'envoyer des informations permettant d'identifier personnellement l'utilisateur [Aide Google Analytics]
<https://support.google.com/analytics/answer/6366371?hl=fr>
11. Créer des conversions à partir d'événements Google Analytics dans Google Ads [Aide Google Ads]
<https://support.google.com/google-ads/answer/2375435?hl=fr>
12. Activer le suivi avancé des conversions au niveau du compte dans Google Ads [Aide Google Ads]
<https://support.google.com/google-ads/answer/14662970?hl=fr>
13. Modifications apportées à vos paramètres de suivi avancé des conversions [Aide Google Ads]
<https://support.google.com/google-ads/answer/16884284?hl=fr>
14. Guidelines 01/2025 on Pseudonymisation [Comité européen de la protection des données (EDPB), 16 janvier 2025]
https://www.edpb.europa.eu/our-work-tools/documents/public-consultations/2025/guidelines-012025-pseudonymisation_en
15. Configuration du domaine personnalisé [Google for Developers, 27 juin 2025]
<https://developers.google.com/tag-platform/tag-manager/server-side/custom-domain?hl=fr>
16. Implémenter le mode Consentement avec Tag Manager côté serveur [Google for Developers, 30 juillet 2026]
<https://developers.google.com/tag-platform/tag-manager/server-side/consent-mode?hl=fr>
17. Handling Duplicate Pixel and Conversions API Events [Meta for Developers]
<https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversions-api/deduplicate-pixel-and-server-events/>
18. Identifier les sites référents à ignorer [Aide Google Analytics]
<https://support.google.com/analytics/answer/10327750?hl=fr>
19. Filtrer le trafic interne [Aide Google Analytics]
<https://support.google.com/analytics/answer/10104470?hl=fr>

I Z O A R D

Vous préférez qu'on y jette un œil ? Demandez l'audit tracking gratuit :
izoard.be/fr/services/agence-google-analytics/audit-gratuit/