



Communiqué de presse

Paris, le 6 avril 2009

## **Liligo.com choisit BRUNE pour sa communication publicitaire en Europe**

### **Liligo.com, le premier moteur de recherche voyage à lancer une campagne publicitaire pluri-médias**

Liligo.com, le moteur de recherche du voyageur, confie sa communication internationale à l'agence de publicité BRUNE, dirigée par Bruno Lacoste et Céline Desmoulins.

Liligo.com est le premier moteur de recherche spécialisé dans le voyage à mener une campagne publicitaire de cette envergure. Déclinable en TV, affichage et Internet, elle a comme objectif d'accroître le trafic vers le site à l'aide d'une campagne, à destination d'une cible consommatrice de voyages dans 6 pays européens (France, Allemagne, Espagne, Italie, Royaume-Uni et Hongrie).

Déjà présent depuis plus de 2 ans sur la toile, Liligo.com, fondé par Pierre Bonelli (ex-directeur de TF1 Interactive, ex-fondateur d'Alafolie.com), accueille à ce jour plus d'un million de visiteurs uniques par mois venus des 6 pays.

### **Liligo.com, un outil exclusif pour préparer son voyage & une approche consumériste**

Liligo est le seul moteur de recherche qui permet au consommateur de lancer sa requête sur plus de 200 sites simultanément, dont plus de 50 compagnies low-cost. L'internaute obtient alors en quelques secondes toutes les offres disponibles sur Internet en temps réel, quels que soient ses besoins : billets d'avion, hôtels, locations de voiture, séjours, week-ends, locations de vacances et vacances au ski. Les résultats sont triés par prix, classés du plus économique au plus onéreux, et sans aucune préférence pour une source plutôt qu'une autre. Ni agence de voyage, ni simple comparateur, Liligo.com ne vend rien et redirige le consommateur vers le site marchand dont il a retenu le produit. Le service se caractérise par une approche consumériste, éprise de transparence et d'indépendance.

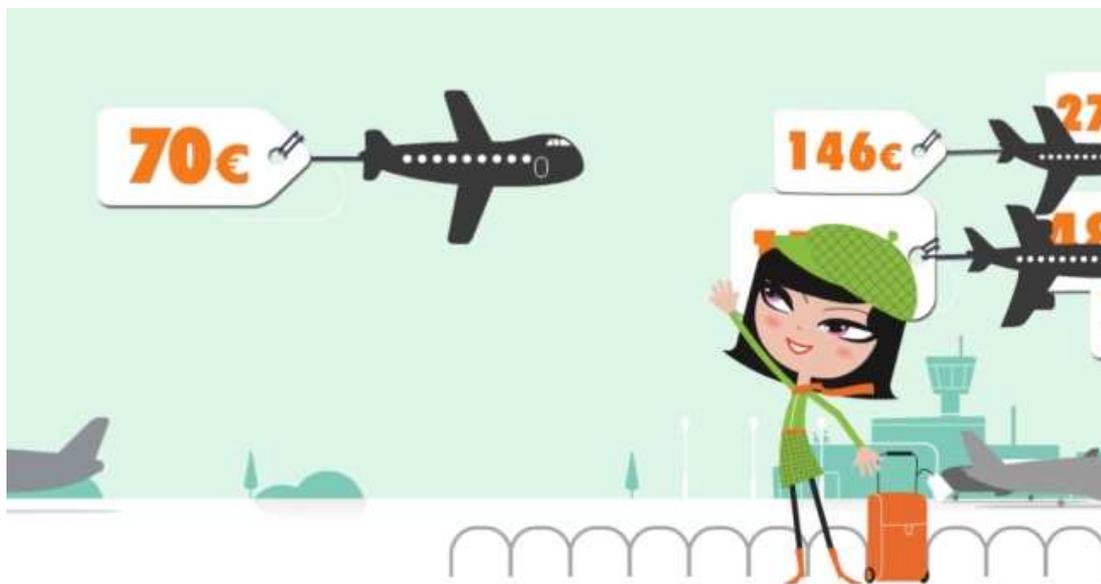
Le moteur de recherche propose également toute une gamme de services exclusifs tels que le combiné low-cost, la comparaison train/avion, l'alerte prix et le calendrier dates flexibles.

L'objectif final de Liligo.com est de toujours permettre au consommateur d'accéder à une information exhaustive avant de faire ses choix, en toute objectivité (les prix sont toujours tout compris, sans surprise) et de trier facilement et rapidement la pléthore d'informations obtenues en fonction de ses critères personnels.

### **Des promesses concrètes, portées par Melle Lili, nouvelle égérie de la marque**

Pour exprimer le caractère consumériste de la marque, l'agence a choisi d'expliquer concrètement aux consommateurs le moteur de recherche et ses principales fonctionnalités exclusives.

Avec l'aide de Melle Lili, nouvelle égérie de la marque symbolisant le voyageur, les nouveaux « pouvoirs » du voyageur sont mis en scène dans 3 films de 12 secondes créés en animation, produits par la maison de production Mr Hyde et signés « Liligo.com. Le Pouvoir au voyageur ».



### **Le « Promo-Chic », un langage destiné aux classes aisées qui font des arbitrages**

Le traité retenu permet à Liligo.com de tenir un discours de juste prix et d'efficacité sans renier le plaisir lié aux voyages. Créée par l'illustrateur australien Steve Scott installé à Londres, Melle Lili, jeune, chic et branchée, n'en regarde pas moins les prix des avions qui se croisent autour d'elle. Elle choisit le vol le moins cher, par envie plus que par nécessité, illustrant parfaitement les nouveaux comportements d'arbitrages des classes aisées en temps de crise.

### **Une campagne à suivre sur 7 chaînes du 4 avril au 17 mai 2009**

Les films Liligo.com arrivent à l'antenne pour inaugurer la haute saison des week-ends et des vacances. Trois films de 12 secondes explicitent les nouveaux outils qui redonnent du pouvoir au consommateur pour organiser son voyage en toute indépendance. A voir sur LCI, iTV, BFM TV, Canal+, M6, France 2 et France 5.

### **Fiche Technique**

Annonceur : Liligo.com

Responsables annonceur : Pierre Bonelli, Aline Ducret

Responsables agence : Bruno Lacoste et Céline Desmoulins

Directeur de création : Bruno Lacoste

Production : Hervé Lopez et Amélie Couvelaire, Mr Hyde

Réalisateur : Steve Scott

Agence médias : Hervé Plet (Acteo Média)

Première diffusion : le 4 avril 2009



### **A propos de Liligo.com**

Liligo.com est le premier moteur de recherche de voyage interrogeant plus de 200 sites (agences de voyage, compagnies aériennes, tour opérateurs, hôtels...) et permettant d'accéder facilement à toutes les solutions de voyage disponibles en ligne, triées et présentées de manière impartiale. Exhaustif, objectif, innovant, Liligo.com a comme mission d'aider l'internaute à trouver son voyage le plus simplement et le plus efficacement possible. Disponible en six déclinaisons locales (France, Allemagne, Espagne, Hongrie, Italie et Royaume-Uni), Liligo.com est une production de Findworks Technologies, une entreprise fondée par Pierre Bonelli en 2005 et qui emploie une vingtaine de collaborateurs.

### **A propos de Brune**

Après avoir augmenté sa marge brute de 55% en 2008 pour atteindre 1 M €, Brune enrichit son portefeuille de marques avec le gain du budget liligo.com pour l'Europe en ce début d'année 2009. Ce budget permet à Brune d'accroître son expérience dans le lancement des sites web après la spectaculaire campagne presse menée en 2007 pour usinenouvelle.com, qui avait permis à l'annonceur de multiplier par 2,5 le nombre de visiteurs du site. Brune est une agence de publicité indépendante fondée par Bruno Lacoste et Céline Desmoulins en 2003.

### **Contacts presse**

Ballou PR pour Liligo.com  
Jérôme Richard / Emmanuelle Mylle  
01 42 22 92 42 / 01 42 22 99 70  
jerome@balloupr.com / emmanuelle@balloupr.com

BRUNE  
Bruno Lacoste  
01 44 78 91 00  
bruno-lacoste@brune-agency.com