

## Liligo.com fait à nouveau taire le doute

### Le moteur de recherche de voyage interpelle un peu plus les Français avec humour avec son nouveau spot

Liligo.com, premier moteur de recherche de voyage, repart en campagne avec un 3<sup>ème</sup> spot qui vient enrichir la saga « Faites taire le doute ! ». En interpellant les voyageurs sous la forme d'une injonction par l'absurde, liligo ose un peu plus à travers ce nouvel opus résolument tourné vers l'humour transgressif. Ce nouvel épisode, pensé avec les codes de connivence qui font le succès des communications de la marque, réaffirme la volonté de liligo.com de capitaliser sur son expertise en termes de transparence sur les prix et sa complicité avec les voyageurs pour se positionner sur la préparation au voyage. Un spot à découvrir en télé depuis le 1<sup>er</sup> janvier.

### Un nouveau spot résolument tourné vers l'absurde



Avec humour, la campagne continue de revisiter le doute que peut ressentir un futur voyageur face à la multitude de possibilités de vols, de réservation d'hôtels ou encore de voitures qui s'offre à lui sur Internet et les questionnements qui l'envahissent lorsqu'il s'agit de sortir la carte bancaire. Ce doute, qui peut être ressenti par tous dans une telle situation, s'exprime à travers la voix du célèbre doigt indiquant à l'internaute que son choix n'est pas forcément le plus adapté et l'invite à détourner son attention pour une activité plus plaisante ! Reste à découvrir où le doigt termine sa course dans ce [dernier opus](#)...

« Quand nous avons imaginé la campagne, nous souhaitions pouvoir proposer un épisode plus tourné vers l'absurde que les autres. C'est dans notre ADN que de faire rimer proximité, utilité, exhaustivité et transparence avec humour ! A travers cette campagne, liligo.com entend réaffirmer sa complicité avec ses utilisateurs et souligner son expertise. Et il est primordial pour nous de le faire à une période clé car nous savons que bon nombre de Français sont d'ores et déjà en train de préparer leurs prochaines vacances d'été, il est donc important des les accompagner et de leur apporter une réponse claire » déclare Guillaume Rostand, Directeur Marketing liligo.com.

Cette campagne décalée (TV, affichage, print et digital), imaginée par Marcel (Groupe Publicis) est diffusée en télévision depuis hier sur l'ensemble des chaînes hertziennes et de la TNT. Le dispositif sera complété en parallèle par de l'affichage mettant en avant le fameux

doigt dans le métro notamment. Un dispositif viral a également été pensé sur Facebook, Youtube et Instagram afin de donner de l'ampleur à la campagne et créer de la connivence avec les internautes.

<b>FICHE TECHNIQUE</b>	
<b>Annonceur</b>	liligo.com
<b>Responsable Annonceur</b>	Guillaume Rostand – CMO liligo.com, Nadia Grimoult – Responsable Communication & RP liligo.com
<b>Agence</b>	MARCEL
<b>Directrice de la Création</b>	Anne de Maupeou
<b>Directeur Artistique Senior</b>	Jules Jolly
<b>Concepteur Rédacteur</b>	François Guyomard
<b>Managing Partner &amp; CSO Marcel</b>	Nicolas Levy
<b>Production Film</b>	Prodigious
<b>Réalisateur</b>	Jules Jolly & François Guyomard
<b>Producteur</b>	Charles Petit
<b>Post-production</b>	Prodigious
<b>Production Son</b>	Schmooze
<b>Agence Media</b>	ROIK
<b>Musique</b>	Titre : Catch the pilot Editeur de l'œuvre : Mouchy Musique Compositeur de l'œuvre : Miguel Saboga (Compositeur) Yves Adabi (Compositeur) Adrien Biehler (Compositeur) Manuel Faivre (Compositeur) Frank Tapiro (Compositeur et auteur)
<b>Pays d'origine de l'oeuvre</b>	France
<b>Durée</b>	15', 20' et 30 secondes
<b>Première date de diffusion</b>	1 <sup>er</sup> janvier 2019

Pour visionner les films « Faites taire le doute » sur youtube : [ici](#)

#### À propos de liligo.com

 Premier moteur de recherche de voyage avec plusieurs centaines d'acteurs référencés, dont certains issus de l'économie collaborative (agences de voyage, compagnies aériennes dont 70 low-cost, loueurs de voiture, compagnies de bus, trains, services de covoiturage, chaînes hôtelières, ...), [liligo.com](#) est un véritable optimisateur de voyage. Avec sa fonctionnalité « smart sorting » triant les résultats de manière optimale en fonction du rapport prix/durée, c'est la garantie impartiale de partir dans les meilleures conditions. Exhaustif, objectif, innovant, [liligo.com](#) a pour mission d'aider l'internaute à trouver son voyage le plus simplement et le plus efficacement possible. Disponible dans 9 pays, [liligo.com](#) accueille chaque mois plus de 4 millions de visiteurs uniques. Les voyages sont plus malins quand ils commencent sur [liligo.com](#) ! Plus d'informations sur [www.liligo.com](#)

Contacts Presse liligo.com :

H O P  
S C O  
T C H

Arthur Moyne – [amoyne@hopsotch.fr](mailto:amoyne@hopsotch.fr) / 01 70 94 65 02  
Aurélien Horner – [ahorner@hopsotch.fr](mailto:ahorner@hopsotch.fr) / 01 58 65 00 25