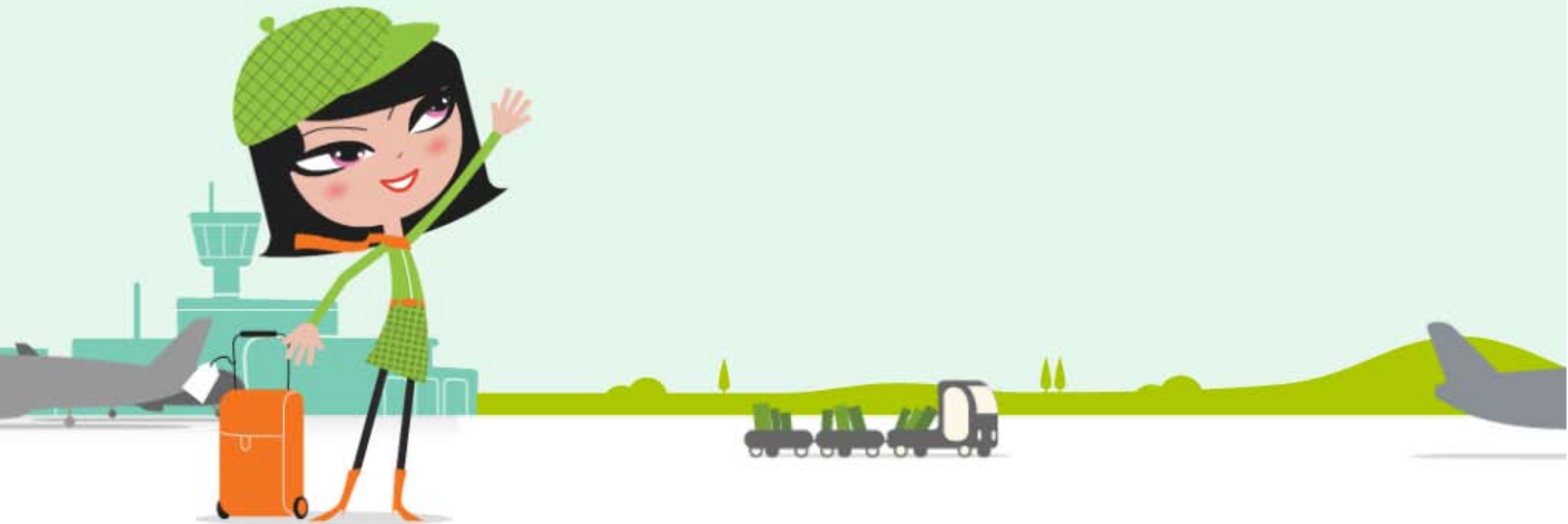


Liligo
.com

Press Kit



PREMESSA

Ad oggi, internet è lo strumento principale attraverso il quale acquistare viaggi. In Europa, oltre 108.6 milioni di internauti¹ pianificano con regolarità i propri viaggi utilizzando la rete e 3 utenti su 5 (il 59%)² comprano e prenotano proprio attraverso il web. Peraltro, anche chi non utilizza internet per l'acquisto, compie comunque delle ricerche online prima di rivolgersi ad un'agenzia.

In questo scenario, però, pianificare i propri viaggi online può diventare complicato a causa dei tanti player (agenzie di viaggi online, compagnie low cost e tradizionali, hotel...) presenti in rete. A fronte di questa situazione, è praticamente impossibile avere una visione completa dell'intera offerta ed essere sicuri di aver veramente risparmiato. Ecco perchè, in media, un utente visita 5.4 siti prima di acquistare e il 30% consulta oltre 10 siti.

COSA É (E NON É) LILIGO.COM

liligo.com rappresenta una novità assoluta nel panorama della ricerca di viaggi su internet e nasce proprio per facilitare la vita a tutti gli utenti che organizzano il proprio viaggio online.

È un motore di ricerca specializzato nei viaggi, in grado di offrire (in pochi clic) un nuovo modo di consultare la rete, più facile, rapido, affidabile e obiettivo.

Tutto questo è possibile grazie alla caratteristica che differenzia **liligo.com** dal mare magnum dei player che popolano il web: **liligo.com** non vende nulla ed è completamente **gratuito**.

liligo.com non è né un'agenzia di viaggio, né una compagnia aerea, né un tour operator, né un comparatore. Cliccando sul viaggio selezionato, infatti, si accede direttamente alle prenotazioni sul sito venditore.

liligo.com ha un solo obiettivo: trovare – simultaneamente – , per conto dell'utente, **l'offerta migliore su oltre 250 siti web** (agenzie di viaggio, tour operator, compagnie aeree...). Questa è la sua unicità, il suo vero valore aggiunto.

L'utente ha poi la possibilità di scegliere il viaggio secondo i propri criteri: prezzo, destinazione, date.

Non vendendo nulla, **liligo.com** gioca a carte scoperte, impegnandosi a fare 'l'interesse dell'utente'. Questo è un aspetto imprescindibile per il brand. Ecco perchè le parole chiave sono trasparenza e obiettività.

liligo.com, in questo senso, è il pioniere di una filosofia unica nel suo genere: offrire all'utente la possibilità di costruire il suo viaggio senza nessun ostacolo e senza nessun condizionamento esterno.

liligo.com nasce nel 2006 ed è una produzione di Findworks Technologies, una società fondata nel 2005 da Pierre Bonelli, che attualmente impiega una trentina di persone. Con oltre un milione di utenti unici al mese - una crescita del 135% 2008 vs 2009 - , è presente in sette paesi: Regno Unito, Francia, Belgio, Germania, Spagna, Italia e Ungheria.

¹ Fonte: Analisi dell'industria dei viaggi in Europa realizzato da comScore. Tutti i diritti riservati.

² Fonte: Copyright Media. Tutti i diritti riservati.

UTILE, SEMPLICE, COMPLETO ED ESAUSTIVO

- **Biglietti aerei:** tutta l'offerta di più di 250 compagnie aeree con una ricerca ottimizzata per filtri (prezzo, orario, voli diretti, classe, etc.).
- **Hotel:** scegliere un hotel, ovunque nel mondo.
- **Autonoleggio:** trovare facilmente l'offerta completa di una dozzina di brand, organizzata per prezzo, marca, categoria, tipo di auto e capacità.



POTERE AL VIAGGIATORE: LE SEI REGOLE D'ORO

Chi utilizza **liligo.com** per acquistare il proprio viaggio su internet, ha l'opportunità di essere pienamente e totalmente un utente consapevole. Questo è possibile grazie a 6 regole d'oro garantite da **liligo.com**.

1. ACCESSO A TUTTE LE INFORMAZIONI

liligo.com si impegna a consultare sempre il maggior numero possibile di siti di viaggio (agenzie di viaggio, linee aeree, compagnie low cost, tour operator) per soddisfare appieno le richieste dell'utente. Moltissime informazioni, ma per la prima volta analizzate e ordinate secondo i criteri stabiliti dall'utente, con un effettivo risparmio di tempo.

2. INFORMAZIONE OBIETTIVA

liligo.com si impegna a svolgere la sua ricerca in modo obiettivo ed imparziale, non favorendo mai un sito piuttosto che un altro, ma applicando i criteri richiesti dall'utente. Per fugare ogni dubbio, i prezzi sono sempre classificati dal più economico al più costoso e gli spazi pubblicitari sono sempre facilmente identificabili.

3. USARE AL MEGLIO LE LOW COST

liligo.com è alla continua ricerca di nuove compagnie low cost per rendere il suo servizio davvero utile all'utente. A questo proposito, le compagnie aeree low cost sono sempre riconoscibili.

4. CONFRONTO DI PREZZI 'TUTTO COMPRESO'

liligo.com non mente sui prezzi perchè è insito nel suo DNA presentarli sempre 'tutto compreso'. Ogni cifra indicata, infatti, comprende tutte le tasse e tutte le spese. Un valore aggiunto per l'utente finale che sa esattamente quanto andrà a spendere, evitando spiacevoli sorprese.

5. LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELL'UTENTE

liligo.com è in continua evoluzione e alla costante ricerca di strumenti capaci di ottimizzare il servizio, rendendo semplice e anche divertente le ricerche su internet. Un esempio è il *'Combinato low cost'* attraverso il quale è possibile scegliere il viaggio d'andata con una low cost e quello di ritorno con un'altra o la *'Ricerca con date flessibili'*.

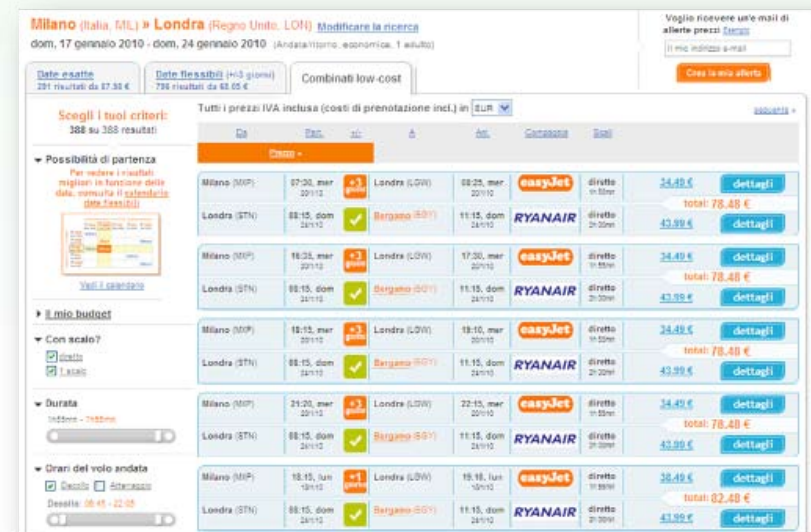
6. SEMPRE IN ASCOLTO

Internet è uno strumento dalle incredibili potenzialità di aggregazione e confronto. **liligo.com** sa che solo da uno scambio onesto e libero è possibile ottenere dei grandi risultati e un servizio migliore, per tutti. Per questo, **liligo.com** è sempre in ascolto e ha aperto un canale di comunicazione con gli utenti per raccogliere consigli e opinioni, con l'obiettivo di creare una community di viaggiatori. Questo è possibile solo attraverso un impegno concreto. Ecco perchè **liligo.com** si impegna a rispondere entro 48 ore ai messaggi email ricevuti.

LE ESCLUSIVE DI LILIGO.COM

Il combinato Low Cost

- 1 Permette di prenotare andata e ritorno con due compagnie low cost diverse, verso decine di destinazioni in tutta Europa.
- 2 Suggerisce come modificare la data del viaggio per avere le offerte low cost più interessanti.
- 3 Facile e rapido. I risultati con il prezzo tutto incluso vengono mostrati nel riquadro blu.
- 4 L'utente deve solo prenotare il volo direttamente nella pagina del rivenditore (link diretto al sito che vende)



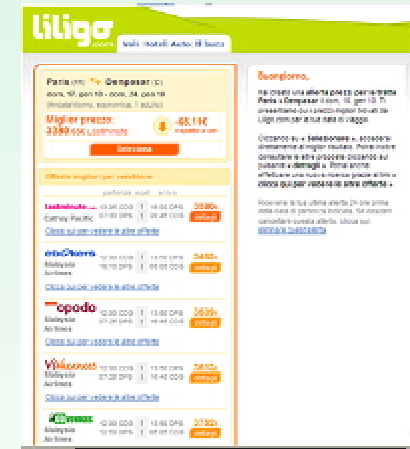
The screenshot displays the flight search results for the route Milano (Italia, MLI) to Londra (Regno Unito, LOH). The search parameters are set for departure on Sunday, January 17, 2010, and return on Sunday, January 24, 2010. The results are filtered for 'Combinato low-cost' and show 798 results. The table below lists several flight options:

Da	Part.	Cl.	Azi.	Compagnia	Tipologia	Prezzo	Dettagli
Milano (MIP)	07:30, mer 20/10	33	Londra (LOW)	08:25, mer 20/10	easyJet	34,49 €	Dettagli
Londra (STN)	08:15, dom 24/10	33	Bergamo (GO)	11:15, dom 24/10	RYANAIR	43,99 €	Dettagli
totali: 78,48 €							Dettagli
Milano (MIP)	16:25, mer 20/10	33	Londra (LOW)	17:30, mer 20/10	easyJet	34,49 €	Dettagli
Londra (STN)	08:15, dom 24/10	33	Bergamo (GO)	11:15, dom 24/10	RYANAIR	43,99 €	Dettagli
totali: 78,48 €							Dettagli
Milano (MIP)	18:15, mer 20/10	33	Londra (LOW)	19:10, mer 20/10	easyJet	34,49 €	Dettagli
Londra (STN)	08:15, dom 24/10	33	Bergamo (GO)	11:15, dom 24/10	RYANAIR	43,99 €	Dettagli
totali: 78,48 €							Dettagli
Milano (MIP)	21:20, mer 20/10	33	Londra (LOW)	22:15, mer 20/10	easyJet	34,49 €	Dettagli
Londra (STN)	08:15, dom 24/10	33	Bergamo (GO)	11:15, dom 24/10	RYANAIR	43,99 €	Dettagli
totali: 78,48 €							Dettagli
Milano (MIP)	18:15, lun 18/10	31	Londra (LOW)	19:18, lun 18/10	easyJet	38,49 €	Dettagli
Londra (STN)	08:15, dom 24/10	33	Bergamo (GO)	11:15, dom 24/10	RYANAIR	43,99 €	Dettagli
totali: 82,48 €							Dettagli

Le allerte di prezzo:

Il servizio di allerta è una novità che permette di realizzare una ricerca e ottenere periodicamente i risultati aggiornati nella propria posta elettronica. L'utente riceve una email quotidiana con la fluttuazione del prezzo per il viaggio e le date inserite nella prima ricerca.

- 1 Dopo aver compilato il campo destinazione e indicato le date, l'utente riceve un riassunto via posta elettronica delle migliori offerte per biglietti aerei, ordinate per prezzo finale tutto incluso. In questa mail si indicano espressamente le eventuali fluttuazioni di prezzo.
- 2 Con **liligo.com** l'utente ha la possibilità di trovare la soluzione con il migliore rapporto qualità-prezzo grazie alle informazioni disponibili prima di effettuare la prenotazione.



Date flessibili

Secondo uno studio sulle abitudini dei viaggiatori europei ³, il 67% degli utenti, in fase di prenotazione di un volo, dichiara flessibilità nelle date di andata e ritorno.

- 1 Per ogni ricerca realizzata su **liligo.com**, l'utente ottiene sempre i migliori risultati in tempo reale per i giorni fissati in precedenza.
- 2 Per ottimizzare l'acquisto del volo, esiste anche un calendario automatico con le date flessibili per quei viaggiatori che possono modificare le date del viaggio.
- 3 Il calendario permette di scegliere fra le diverse date flessibili e optare per la migliore combinazione di prezzo fra le offerte disponibili in tempo reale. In un'unica pagina, il sito mostra tutte le offerte di andata e ritorno per vari giorni precedenti o successivi a quello scelto inizialmente.

³ Fonte:Media-Screen

Il Buzz

Il Buzz è il primo strumento che utilizza la 'coscienza' collettiva dei viaggiatori. Con questo tool, **liligo.com** rivoluziona l'accesso alle migliori offerte di Internet.

- 1 **liligo.com** rende visibile e possibile quello che prima non lo era: il Buzz permette di cercare tra le milioni di offerte scelte da tutti gli utenti di **liligo.com**.
- 2 La flessibilità è una dinamica assolutamente interessante e permette anche di risparmiare. Utilizzando il Buzz l'utente può cambiare date e destinazione fino a migliorare considerevolmente il prezzo finale.
- 3 Per un utente con budget fisso, **liligo.com** trova le date e la destinazione più adeguate.

liligo.com è davvero il miglior amico dei viaggiatori!



Il management

Pierre Bonelli, Presidente Direttore Generale e Co-fondatore, 41 anni

liligo.com non è il primo progetto internet realizzato da Pierre. Ha creato, infatti, Alafolie.com oltre ad essere stato direttore di TF1 Interactive. Imprenditore molto attivo, ha deciso di accettare la sfida di creare il primo meta-motore di ricerca di viaggi online e ha fondato **liligo.com**. Pierre è il vero manager dell'equipe e lavora su ogni piccolo dettaglio per assicurare la crescita del suo 'prezioso gioiello'.

Pierre Bonelli spiega il valore di **liligo.com**: *'Saremo sempre al fianco del consumatore. **liligo.com** ha una sola ossessione: aiutare i viaggiatori a preparare il proprio viaggio e dare loro accesso all'offerta totale e a servizi innovativi. L'accesso al maggior numero di offerte disponibili in Internet e una ricerca esauriente all'interno della rete con strumenti innovativi, sono alcune delle caratteristiche che fanno di **liligo.com** un motore di ricerca unico. Chi ama viaggiare ben presto non potrà più fare a meno di **liligo.com**!'*

Guillaume Bril, Business Development Director Southern Europe, 35 anni

Guillaume Bril è il responsabile dello sviluppo del business di **liligo.com** in Spagna, Portogallo e Italia. Per quanto riguarda il nostro Paese, l'obiettivo è particolarmente ambizioso. Guillaume, infatti, ha l'incarico incrementare il numero di utenti, consolidare la brand awareness e realizzare il piano strategico dell'Azienda.

Bertrand de la Ruelle, Direttore Finanziario e Co-fondatore, 39 anni

La carriera di Bertrand inizia come controller finanziario all'interno di un Gruppo svedese per proseguire come controller di gestione di grandi progetti nel sud-est asiatico per Bouygues-Construcción. Dal 2000 al 2002, è stato il direttore finanziario di Alafolie.com, con l'incarico di ristrutturare l'Azienda e le sue filiali e della gestione delle relazioni con gli investitori e della gestione finanziaria e sociale dell'azienda.



LILIGO: STORIA DI UN NOME

liligo.com non è un nome di fantasia, individuato da una società di naming dopo approfondite analisi di mercato.

liligo.com è un ghiacciaio pakistano, situato a circa 5600 metri d'altitudine. Fa parte del ghiacciaio del Boltoro, uno tra i più grandi ghiacciai vallivi al mondo, attorniato da alcune delle principali vette della Terra come il K2, il Broad Peak, il Masherbrum ed il Gruppo del Gasherbrum.

liligo.com, però, non è un ghiacciaio come gli altri. Gli esperti lo definiscono il 'ghiacciaio pulsante'.

Il nome è stato scelto per questo motivo (metafora della dinamicità del brand) oltre che per il suo suono dolce e rassicurante, facile da ricordare.

Inoltre, scomponendo la parola, otteniamo un gioco di parole – in inglese, ma facilmente comprensibile – perfettamente in linea con l'idea del viaggio: **Lili** (la ragazza del logo, pronta a partire) e **go** (verbo andare in inglese).

È proprio il caso di dirlo: nomen omen.

