

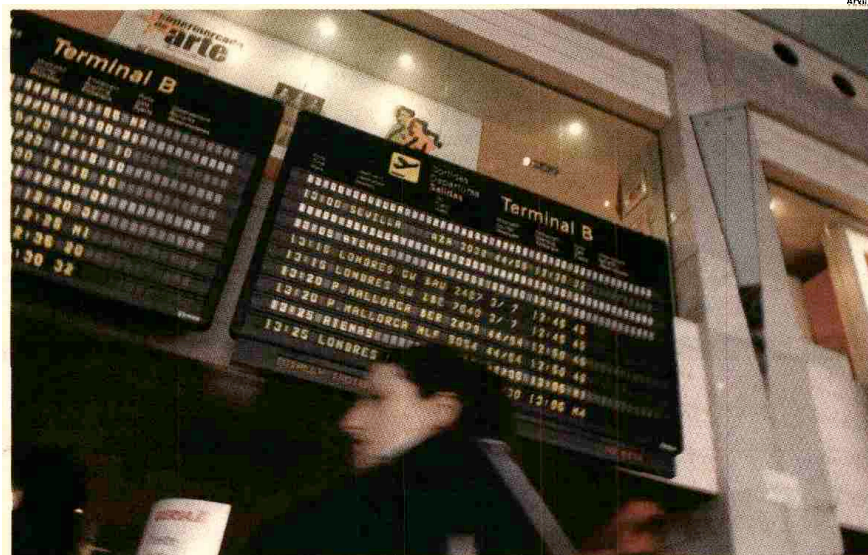
# L'eina dels caçadors d'ofertes

TOTES LES POSSIBILITATS D'UN VIATGE EN LA MATEIXA WEB I ANOMÉS UN CLIC. AQUESTA ÉS LA PROPOSTA DE LILIGO, UN CERCADOR ESPECIALITZAT EN VIATGES QUE PRETÉN POTENCIAR LA SEVA PRESENCIA AL MERCAT ESPANYOL DES DE BARCELONA

PAULA MATEU  
BARCELONA

**E**l sector turístic té en Internet un dels seus grans aliats. Això, ningú no ho dubta. El 50% del comerç electrònic a tot l'Estat està relacionat amb el món dels viatges. Són nombroses les agències de viatges i companyies aèries que fan un gran part del seu negoci a través de la web. Aquí tenen el seu origen empreses com ara Rumbo, eDreams o Atrápalo, cada cop més utilitzades a l'hora de planejar i contractar unes vacances. Amb tanta presència del sector turístic a Internet, el temps que passa un viatger davant l'ordinador abans de fer la reserva augmenta. De mitjana, un català internauta consulta entre cinc i nou pàgines web abans de tancar la seva compra. I, tot i això, molts cops li fa l'efecte de no tenir clar que el preu sigui el més baix del mercat.

Aquesta realitat va portar un grup d'empresadors francesos a idear un producte que disminuís el temps de recerca i que la facilités. El resultat és Liligo, el primer cercador europeu especialitzat en viatges. A través d'elles pot accedir a un ampli ventall de possibilitats a l'hora de planificar un viatge. No es tracta d'una agència de viatges en línia ni tampoc un comparador de viatges. És una eina com Google, però especialitzada en el sector



VIATGES. La reserva de vols és l'operació més habitual dels usuaris de Liligo a la seva web

turístic. I, per tant, amb les dades que li dona un usuari per fer la cerca, ofereix un gran nombre de respostes provinents d'agències de viatges i companyies aèries i de lloguer de cotxes. Entre totes elles, ordenades segons el preu, l'internauta pot escollir-ne una i accedir-hi amb un sol clic.

La companyia creadora de Liligo, Findworks Technologies, va néixer el 2005 a França. Amb el finançament dels socis fundadors i d'inversors privats, va desenvolupar la

EL PORTAL INCLOU LES OFERTES D'UNES 250 COMPANYIES TURÍSTIQUES

tecnologia necessària per suportar aquesta eina de recerca a través d'Internet. En aquests quatre anys, Liligo ha aconseguit tenir gairebé un milió d'usuaris a França cada mes. A la companyia hi treballen quaranta persones (vint a París i vint a Budapest). I també ha tingut

temps d'internar-se en altres mercats, com ara l'italià, el britànic i l'alemany. Els responsables de la companyia també consideren la possibilitat d'obrir-se camí a altres països, com ara Portugal, i, més endavant, un cop estigui ben establerta a Europa, fer el salt a altres continents.

Però, ara mateix, la màxima prioritat se centra en el mercat espanyol, que desenvolupa a través de la seva oficina a Barcelona. Guillaume Bril se n'encarrega i té una tasca

important al davant: fer pedagogia del producte. Segons el director de Desenvolupament per al sud d'Europa, Liligo farà una inversió significativa per incrementar el seu esforç promocional a tot l'Estat. «Ha funcionat a França i penso que, en l'àmbit cultural, no som gaire diferents. Per tant, també hauria de funcionar aquí», afirma Bril, que considera que els catalans i espanyols són molt viatgers, i aquest fet, unit a la importància que solen donar a Internet a l'hora de reservar les seves vacances, fa preveure un desenvolupament ràpid del cercador. Ara mateix, Liligo té aquí uns 80.000 usuaris al mes i s'espera que es tripliquin en un any.

La companyia obté la major part dels ingressos a través de la publicitat a la web i pels pagaments per part de les companyies i agències que s'hi esmenten. Això no significa, segons Bril, que es doni prioritat als resultats segons el que els paguen, sinó que sempre es respecta la classificació, que afavoreix el preu més barat. Liligo té acords amb unes 250 empreses proveïdores de serveis turístics i incorpora les noves que van apareixent al mercat. A més, també ofereix el seu producte en marca blanca per a altres portals que vulguin tenir un apartat de viatges. Aquesta línia de negoci li ha donat molts bons resultats a França i ara comença a desenvolupar-se també aquí. ■