

**PRESS KIT - TRADELAB, MILANO**

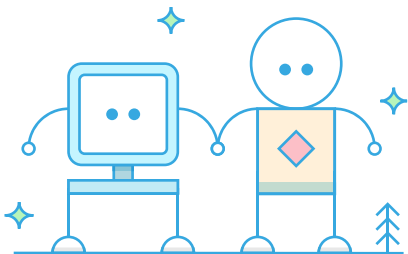
# LA SOCIETÀ

## **CHI : piattaforma di acquisto media e tecnologie proprietarie**

Nata nell'aprile del 2011, Tradelab è una piattaforma di acquisto programmatico a disposizione delle marche e delle agenzie. Fondata su un insieme di tecnologie proprietarie inedite, Tradelab gestisce e ottimizza le campagne pubblicitarie display, mobile, video e TV dei suoi clienti, attraverso un sistema di aste in tempo reale. Nel 2014, ha avviato il suo processo di espansione all'internazionale scegliendo l'Italia come prima sede estera.

## **COSA: audience mirata e qualificata**

Mettiamo a disposizione una piattaforma di acquisto trasparente che offre una completa visibilità e un controllo ottimale dell'esperienza di marca. I tool Tradelab sono specializzati nell'identificare l'audience e nell'accompagnare rispettosamente gli utenti dalla fase di acquisto a quella di fidelizzazione.



## **COME: sinergia uomo - macchina per un'offerta ottimizzata e precisa**

Un approccio unico basato sulla sinergia di esperienza umana e macchina. La componente umana comprende le problematiche dell'inserzionista, realizza un audit personalizzato, costruisce un funnel di trasformazione degli internauti e personalizza l'algoritmo di vendita. Una volta definita l'ottimizzazione, la macchina lavora verso di questa.

## **PERCHÉ: ridare alla pubblicità il suo ruolo di servizio**

La tergettizzazione dell'audience e lo scenario media permettono alla pubblicità di ritrovare la sua originaria funzione di servizio di utenza, riconciliando i brand con la loro audience. Il rispetto del contesto di diffusione e l'immagine del brand inserzionista, permettono ciascuno di assicurare performance e notorietà delle campagne.

## I FONDATORI



**YOHANN DUPASQUIER**

Ingegnere Multimediale di formazione, laureato all'HEC Business School, Yohann Dupasquier ha sviluppato il suo primo sito internet all'età di 15 anni. Il suo percorso professionale inizia presso Lagardère Publicité nel 2002. Successivamente lancia non meno di 4 start-up nel webmarketing e nella pubblicità online, tra cui Pulpmedia e Keyline (venduta nel 2006). Nel 2010 fonda Tradelab SmartData e, all'inizio del 2011, Tradelab con Charles Gros.



**CHARLES GROS**

Forte dei suoi 15 anni di esperienza nel marketing digitale, Charles Gros si definisce un esperto dei media online. È stato Direttore dello Sviluppo Commerciale presso Zanox, Direttore Media per l'Adconion Media Group e Direttore Operazionale presso l'Etoile Media Group, prima di fondare Tradelab con Yohann Dupasquier all'inizio del 2011.

## COUNTRY MANAGER ITALIA

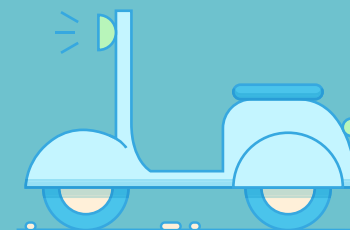


**GAETANO POLIGNANO**

Laureato in Economia e ad oggi riconosciuto esperto del marketing programmatico, Gaetano Polignano vanta più di sei anni nell'ambito del Real Time Bidding.

In precedenza responsabile del programmatic per il sud Europa in HiMedia a Parigi, il manager ha contribuito attivamente alla trasformazione programmatica del gruppo. Rientrato a Milano nell'ottobre 2012, ha ricoperto la carica di direttore commerciale della Demand Side Platform di Adform e ha sostenuto la crescita della società fino a spingere la DSP tra le più utilizzate in Italia.

Da ottobre 2014 integra l'equipe internazionale di Tradelab con il ruolo di Country Manager per l'Italia, con l'incarico di curare lo sviluppo locale e di evangelizzare un mercato poco maturo ma in piena crescita.

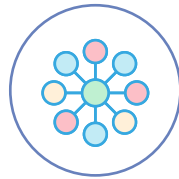


# METRICS

6 ANNI DI ESPERIENZA



130 esperti



200 clienti attivi



1° buyer  
indipendente\*



+30 trofei  
vinti



+10 000 campagne



6 uffici



Accesso esclusivo a 108  
milioni di profili qualificati



Accesso al 95% delle  
inventory pubblicitarie

## IL PARERE DEI NOSTRI CLIENTI

*“Considerata la complessità di un settore come quello dell’RTB, l’asso nella manica di Tradelab è l’impegno pedagogico che dedica a ogni cliente. In questo modo ci permette di apprendere al meglio le differenti strategie che mettiamo in atto durante le nostre campagne, soprattutto in fase di Test & Learn, quando orientiamo i nostri investimenti verso i migliori risultati” .*

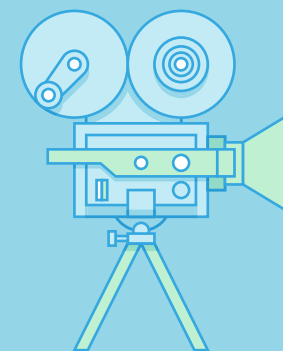
**Frédéric BERLIE,**  
Responsabile Marketing Digitale, DARTY

*“Lavoriamo da più di un anno e mezzo con Tradelab su problematiche di scenarizzazione dei messaggi pubblicitari presso la nostra audience, abbiamo inoltre integrato recentemente la IPTV che si presenta come una logica continuazione nelle strategie pubblicitarie multi-devices”.*

**Florence Lemesle,**  
Responsabile Pubblicità & Partnership Media, Futuroscope

*“Se lavoriamo da un anno con Tradelab è perché abbiamo ottenuto dei buoni risultati. Li abbiamo messi alla prova su alcuni indicatori e possiamo dire che, ad oggi, siamo completamente dentro gli obiettivi, siamo riusciti ad ottimizzare al massimo le nostre conversioni e speriamo che continui in questo modo”.*

**Maïana Darmendrail,**  
Responsabile del Servizio di Comunicazione Digitale, Toyota Francia



Guarda le videotestimonianze

# RISORSE

Foto e loghi

Storia e Team

Team Internazionali

Scopri il Programmatic



**Per ulteriori informazioni:**

Erica Galluzzo  
Marcom Manager

egalluzzo@tradelab.com

+39 366 4247 181



[https://twitter.com/Tradelab\\_IT](https://twitter.com/Tradelab_IT)



<https://www.linkedin.com/company/tradelab-programmatic-platform>



[https://instagram.com/tradelab\\_rtb](https://instagram.com/tradelab_rtb)



<https://www.flickr.com/photos/133371281@N05>