



JC DECAUX BELGIUM
A l'att. de Monsieur Vincent De Wit
Allée Verte 50
B - 1000 BRUXELLES

Zellik, le 16 octobre 2003

Vous ne devez pas aller bien loin pour vous ressourcer

Cher marketeer ou manager,

Participer à un congrès qui offre une véritable garantie de ressourcement, tel est le défi que je vous lance.

Les 5 & 6 décembre 2003, lors du Congrès de la Fondation Marketing, une pléiade de conférenciers (inter)nationaux va se confronter pour parler du thème brûlant des nouveaux préceptes et valeurs en marketing et management. Ils ne mâcheront pas leurs mots. Leur défi, qui rejoint l'objectif principal du Congrès, est de vous transmettre de nouveaux points de vue, de partager des expériences et d'alterner les connaissances théoriques avec les informations utiles pour la pratique. Vous recevrez des exemples de gagnants et de perdants dont vous apprendrez beaucoup. Non seulement si vous êtes marketeer mais également si vous faites partie des directeurs généraux et des cadres concernés par le marketing.

Cette 22ème édition d'un Congrès haut de gamme figure sur la liste d'événements incontournables pour la plupart de vos collègues. Vous n'avez jamais participé vous-même? Demandez dans ce cas l'avis d'anciens participants ou de Master Marketeers (vous trouverez leurs noms sur www.fondationmarketing.be). Ils vous confirmeront que ce Congrès est unique et atteint un niveau très élevé. Vous devez absolument saisir cette première opportunité de vous ressourcer près de chez vous!

Afin de vous séduire davantage, je me réjouis de vous présenter les atouts du Congrès:

Atout n°1 Deux conférenciers américains que vous n'imaginiez que dans vos rêves!

Ces deux messieurs ne font une présentation que 5 fois par an et ne quittent normalement pas New York, leur ville natale, pour donner un congrès loin de chez eux. La Commission du Congrès a pu les convaincre de vous enthousiasmer par leurs interventions. Fred Crawford est vice-président de Cap Gemini Ernst & Young produits consommateurs, retail et distribution. Son best-seller "The Myth of Excellence. Why great companies never try to be the best at everything" constitue d'emblée la base du thème du Congrès et de son speech passionnant. L'autre monstre sacré américain est Clayton M. Christensen, professeur Business Administration à Harvard. Il met le doigt sur la plaie des multinationales à succès qui doivent soudain céder la place à une petite entreprise rebelle qui agit et pense différemment. A bon entendeur, salut!

.../...



.../...

Atout n°2 Une source d'inspiration précieuse pour les marketeers, les managers et les directeurs généraux

Comme le Congrès réussit chaque fois à approcher les phénomènes de marketing et management sans oeillères, cette édition est à nouveau un véritable must pour tout manager qui se respecte. Outre des marketeers, vous rencontrerez également au Congrès des directeurs généraux, des directeurs de vente et de ressources humaines. Quelle que soit votre discipline, le Congrès vous encourage à appliquer chaque sujet traité à votre secteur.

Atout n°3 Un programme équilibré de conférenciers intéressants et provocateurs

A la Fondation Marketing, nous avons horreur des esprits bornés. C'est pourquoi nous abordons, cette année encore, les sujets les plus divers, dans les secteurs les plus divers: télécommunications, marketing, médias, retail, sport, divertissement etc. Nous demandons en outre à nos conférenciers d'avoir un franc-parler et de vous étonner par leurs visions et expériences excentriques et provocatrices.

Atout n°4 Une affiche de top niveau à un prix très démocratique

Pour seulement 490 euros (membres Fondation Marketing) ou 590 euros (non-membres), vous assisterez à la conférence d'une pléiade d'éminents intervenants de chez nous et de l'étranger. Cela signifie concrètement 15 pour le prix d'un seul! Ce prix modeste, nous le devons au travail enthousiaste et bénévole de la Commission du Congrès et aux efforts de nos sponsors. Nous investissons tous nos revenus pour continuer à garantir la qualité supérieure du Congrès.

Atout n°5 Des contacts passionnants avec des personnes qui comptent!

Au Congrès, vous rencontrez la fine fleur du monde du marketing et du management belge. L'occasion idéale donc d'échanger des idées et d'établir des contacts. La meilleure preuve est le succès croissant du Congrès. Afin de garantir un déroulement parfait et un service optimal à tous, nous avons à nouveau décidé de limiter le nombre d'inscriptions à 1.100 personnes. Soyez parmi les premiers!

Atout n°6 Les fabuleux extras du Congrès!

Un programme de haut niveau dans une ambiance décontractée, avec une foule de surprises: voilà la formule à succès du Congrès. Cette année encore, vous serez couvert de cadeaux.

- Le sac du Congrès cumule cette fois deux fonctions: sac à ranger et glacière en un. Idéal pour un pique-nique dès les premiers beaux jours.
- Le Gift Bag, un grand sac de voyage luxueux, rempli de produits et de friandises. Sympa pour vous et votre famille. Valeur: environ 100 euros.
- Interview et couronnement du 'Marketeer de l'Année'.
- Rencontre des Master Marketeers.
- Animations, surprises et concours...

Vous l'avez compris. Il y a suffisamment de bonnes raisons de venir. Inscrivez-vous aujourd'hui même et passez cette invitation à vos collègues. Nous vous garantissons un Congrès particulièrement enrichissant.

Cordialement,



Georges Van Nevel
Président de la Commission du Congrès



P.S.: Vous estimez que vous ne vous êtes ressourcé dans aucun domaine lors du Congrès? Que vous n'avez rien appris des visions, expériences ou exemples des conférenciers? Dans ce cas, vous pouvez faire appel à la garantie de ressourcement. Nulle part ailleurs, vous recevrez une telle garantie!



Le Congrès est reconnu par la Communauté flamande sous le numéro 200200805. Les chèques de formation vous permettent ainsi de participer au Congrès de façon avantageuse: vous ne payez que la moitié du prix de participation déjà très modique. Plus d'information sur www.vlaanderen.be/opleidingschques!

22^{ème} Congrès International de Marketing
Vendredi 5 & samedi 6 décembre 2003
Auditorium 2000 • Heysel • Bruxelles

VALUE **VERSUS** **VALUES**
Les nouveaux préceptes du marketing