

René C.W. Boender

Le monde est son domaine (Orlando NY, LA, Perth, Le Cap, Milan, Davos). En tant que « Brain-agent » il est impliqué dans les projets les plus variés : de Apple à Albron, Sara-Lee en passant par Philips et du film et la télévision aux parcs d'attractions. Mais il est aussi actif au niveau local. René Boender suit de près tout ce qui se passe. Il est persuadé que l'échec ou la réussite dépend entièrement de la communication. René Boender est une source d'idées inépuisable. Il inspire de nombreux capitaines d'industrie et sait toucher le consommateur. Il explique ce qui fut, mais – et c'est plus important – il sait parler de ce qui va venir, c'est un vrai scrutateur des tendances. Il est à la fois un orateur principal, un booster dans les ateliers et un brain-agent pour les audits de marketing.

des meilleurs directeurs de tous les temps à réussir dans le « new business ». En 1989, il revient aux Pays-Bas comme directeur new business chez McCann Amsterdam pour Iglo/Ola, L'Oréal, Black & Decker, Isover, Hennes & Mauritz, mais il ne tient pas en place et après avoir travaillé à partir de Londres International, il décide en 1991 de s'installer à son compte. Comme partenaire chez Catchline (1991-1993), avant de déployer vraiment ses ailes avec BBCW/Y&R1 Hans Anders, Maaslander Kaas, Wehkamp, KNFG, VSB, Super de Boer, Computrain... l'agence connaît une croissance explosive et devient même Agence de l'année en 2000 ! (vu par les yeux des annonceurs). Avec la pub BBCW, il remporte le prix néerlandais le plus envié du monde de la publicité ! 🎓

René Boender savait dès l'âge de 5 ans qu'il travaillerait dans la publicité. Ce qu'il a fait ! Avec dévotion... mais il fut aussi spécialiste du marketing et de l'innovation. Il débuta sa carrière comme copywriter chez Hansnel et fut rapidement découvert par McCann-Erickson (1983), où il travaille dans un premier temps comme manager chargé des comptes clés aux Pays-Bas pour des clients comme Esso, Black & Decker, Swatch et Levi's, et plus tard, chez McCann à Londres, New York et Atlanta, comme manager pour l'Afrique, le Moyen-Orient pour de clients comme Coca-Cola, Goodyear, Martini, Nestlé et Unilever. En 1986 il est proclamé « Rainmaker on Madison Avenue » ! L'un

PHOTOGRAPHIE: REMERCEMENTS RENE BOENDER

reneboender@speakersacademy.fr