



Jeremy Heimans

AUTEUR/AUTRICE · FUTURISTE · INTERVENANT/INTERVENANTE TED

Les organisations que ces dirigeants ont été formés à diriger ne sont plus celles qu'on leur demande aujourd'hui de diriger. Les employés, les clients, les régulateurs et les militants attendent tous une participation, une transparence et une réactivité que le modèle de gestion hiérarchique ne peut offrir. Les dirigeants qui s'épanouissent dans cet environnement ne sont pas ceux qui possèdent la marque la plus en vue ou le plus gros budget publicitaire ; ce sont ceux qui comprennent comment l'influence s'exerce réellement dans un système hyperconnecté, et qui sont capables de mettre en place des modèles qui s'adaptent à cette réalité plutôt que de s'y opposer.

Jeremy Heimans est coauteur de **New Power** et cofondateur de Purpose ; il aide les dirigeants à redéfinir leur image de marque, à renforcer l'engagement de leurs collaborateurs et à élaborer des stratégies d'influence dans un monde où la participation a pris le pas sur la diffusion unilatérale.

biographie de Jeremy Heimans 2026

Pourquoi les entreprises font appel à Jeremy Heimans

- Son autorité intellectuelle repose sur une thèse reconnue. *New Power*, coécrit avec Henry Timms, a été sélectionné pour le prix FT/McKinsey du livre d'affaires de l'année, présenté comme la « grande idée » dans la *Harvard Business Review*, et accompagné d'une conférence TED visionnée plus de 1,5 million de fois.
- Ses références opérationnelles sont exceptionnelles. En tant que cofondateur de GetUp!, Avaaz et All Out, et PDG de Purpose, il a mis en place certaines des organisations militantes et des mouvements sociaux les plus prospères de ces deux dernières décennies ; il aborde donc la participation à partir d'une expérience concrète des produits.
- Son cadre conceptuel, (Produit + Objectif) × Participation, offre aux responsables de marque et de marketing une équation concrète plutôt qu'une vision du monde, ce qui facilite sa transposition en conception de campagne et en stratégie d'engagement des consommateurs.
- Ses travaux récents sur la participation à l'IA, les agents autonomes et les structures de gouvernance ancrent la thèse du « New Power » dans la question à laquelle la plupart des équipes de direction sont actuellement confrontées : comment établir la légitimité des systèmes d'IA déjà en place.
- La reconnaissance institutionnelle dont il bénéficie – Young Global Leader au Forum économique mondial, président de son Global Agenda Council on Civic Participation, lauréat du Visionary Award du 75^e anniversaire de la Fondation Ford – lui permet d'ouvrir des portes tant

DISPONIBLE POUR

- Intervention

IES THÈMES D'INTERVENTION DE JÉRÉMIE

- Innovation et disruption
- Intelligence artificielle et IA générative
- Stratégie de marque

LANGUES: Anglais

pour les organisations auxquelles il s'adresse que pour les publics qu'il interpelle.

Faits marquants de sa biographie

- Co-fondateur et PDG de Purpose, une société d'intérêt public qui développe des mouvements sociaux pour des marques, des ONG et des organisations philanthropiques
- Co-fondateur de GetUp!, Avaaz et All Out
- Coauteur de *New Power* avec Henry Timms (Penguin Random House) ; sélectionné pour le prix FT/McKinsey du livre d'affaires de l'année ; présenté dans la rubrique « Big Idea » de la revue HBR
- Conférence TED sur le « New Power » avec plus de 1,5 million de vues
- Jeune leader mondial du Forum économique mondial ; président du Conseil de l'agenda mondial du FEM sur la participation civique ; lauréat du prix Visionary Award du 75e anniversaire de la Fondation Ford
- Formée à l'université de Sydney et à Harvard ; a débuté sa carrière chez McKinsey

Biographie

Le pouvoir a changé de forme. L'argument que Jeremy Heimans a développé au cours de deux décennies de militantisme et d'écriture est que les organisations, les marques et les dirigeants qui compteront au cours de ce siècle sont ceux qui comprennent la participation comme une force structurelle, et non comme un simple canal de communication. *New Power*, son ouvrage coécrit avec Henry Timms, a fait de cet argument l'un des cadres de référence les plus cités dans la réflexion contemporaine sur le leadership. Sélectionné pour le prix FT/McKinsey du livre d'affaires de l'année, présenté comme la « Grande Idée » dans *la Harvard Business Review*, il s'appuie sur une conférence TED qui a été visionnée plus de 1,5 million de fois.

La crédibilité de ce cadre repose sur son application concrète. Heimans a cofondé GetUp! en Australie en 2005, une organisation politique qui a fini par compter plus de membres que tous les partis politiques australiens réunis, et a été cofondateur des plateformes de campagne mondiales Avaaz et All Out. Son entreprise, Purpose, est la société d'intérêt public qu'il a créée pour mettre cette expertise au service des marques, des ONG et des organisations philanthropiques, en les aidant à concevoir les modèles de participation que le marketing de type « commandement et contrôle » ne produit plus.

Sur le plan académique, il est un ancien de McKinsey et titulaire de diplômes de l'université de Sydney et de Harvard. Sur le plan institutionnel, il a été reconnu comme « Young Global Leader » par le Forum économique mondial, a présidé son Conseil de l'agenda mondial sur la participation civique et a reçu le prix « Visionary Award » du 75e anniversaire de la Fondation Ford. Son cadre conceptuel, (Produit + Objectif) × Participation, est l'expression la plus simple de ce que son travail de conseil apporte aux marques grand public.

L'intelligence artificielle est aujourd'hui à la pointe de ses travaux. La thèse de M. Heimans sur la manière dont la participation renforce la légitimité s'applique de plus en plus au déploiement de l'IA, aux agents autonomes et aux structures de gouvernance que les entreprises mettent en place pour une utilisation à grande échelle de l'IA. Pour les équipes de direction qui cherchent à préserver la confiance envers la marque, l'engagement des employés et la conformité réglementaire alors que l'IA

redéfinit leur modèle opérationnel, il est l'un des rares experts dont le cadre conceptuel était déjà adapté à cette transition.

Principaux thèmes d'intervention

- Le nouveau pouvoir et le passage de la diffusion à la participation
- IA, agents autonomes et gouvernance de la participation
- Développement de la marque et engagement des consommateurs dans le cadre de (Produit + Objectif) × Participation
- Conception de mouvements pour les organisations, les ONG et les actions de plaidoyer
- Leadership et influence dans les systèmes hyperconnectés
- L'avenir du travail et l'autorité distribuée

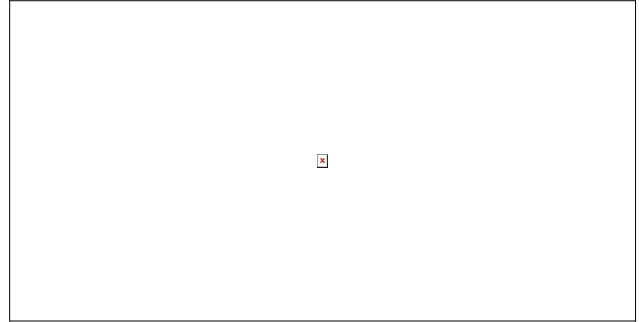
Idéal pour

- Les PDG, directeurs marketing et responsables de la communication qui redéfinissent la stratégie de marque et de relations avec les parties prenantes dans un environnement participatif
- Les responsables de l'IA, les responsables de la gouvernance et les comités exécutifs qui cherchent à asseoir la légitimité des systèmes d'IA
- Les équipes de direction d'ONG et d'organisations philanthropiques qui développent des mouvements et des programmes de participation citoyenne
- Le Forum économique mondial, les forums sur les affaires publiques et les politiques où convergent le pouvoir civique et celui des entreprises

Résultats attendus pour le public

- Une compréhension pratique du cadre du « New Power » et de la manière dont il modifie les décisions en matière de marketing, de leadership et de gouvernance
- Des exemples concrets de marques, de mouvements et de plateformes ayant appliqué (ou échoué à appliquer) les mécanismes du « New Power »
- Une vision plus claire de la manière dont la participation peut être intégrée dès le départ dans le déploiement et la gouvernance de l'IA, plutôt que d'y être ajoutée a posteriori
- Des modèles pratiques d'engagement civique, des employés et des clients qui s'adaptent à la nature des systèmes hyperconnectés

Jeremy Heimans's Videos



Ce que disent les clients de Jeremy Heimans

Une contribution remarquablement pertinente qui non seulement explique comment les rapports de force évoluent, mais fournit également les outils – et la confiance – nécessaires pour tirer parti de ces changements afin de créer des entreprises, de diffuser des idées et de bâtir un monde meilleur.

Paul Polman

PDG, Unilever

« New Power » est un ouvrage incontournable, un véritable cadeau pour nos mouvements. Il ne s'agit pas seulement de créer le buzz, mais de rassembler des millions de personnes pour qu'elles retroussent leurs manches et concrétisent les changements auxquels nous aspirons.

Alicia Garza

Co-fondateur, Black Lives Matter

La nature et l'usage du pouvoir évoluent rapidement, se diffusant largement par des voies inattendues. « New Power » fournit les outils pratiques qui nous aident tous à comprendre cette mutation. Mais il met également en lumière le grand enjeu de notre époque : ce nouveau pouvoir finira-t-il par être utilisé à des fins positives ou négatives ?

Craig Newmark

Fondateur, Craigslist

« New Power » est à la fois un guide pratique et une bouffée d'optimisme bienvenue, qui nous aide à comprendre que l'avenir est entre nos mains. Une lecture incontournable pour les dirigeants d'aujourd'hui, quel que soit leur domaine d'activité.

Ai-jen Poo

Directeur général, Alliance nationale des travailleurs domestiques

Le signe le plus sûr que j'ai découvert une grande idée, ce n'est pas l'effet qu'elle produit sur mon esprit. C'est l'effet qu'elle produit sur mon regard. Lorsqu'une idée est suffisamment captivante, elle transforme ma façon même de voir les choses. C'est ce qui m'est arrivé lorsque j'ai lu **New Power**.

Daniel Pink

Auteur, Conduire

On ne pourrait rêver de meilleurs auteurs que Henry Timms et Jeremy Heimans pour rédiger cette analyse et cette exploration du nouveau pouvoir. Ce sont les détails de cet ouvrage qui sont vraiment passionnants... son optimisme et ses conseils pratiques. Et, contre toute attente, il est drôle. Je vous encourage vivement à l'acheter.

The Guardian

Le rapport de forces évolue comme jamais auparavant ; c'est pourquoi **New Power** aborde une question cruciale pour notre époque : comment faire en sorte que les voix et les choix de tous, et non pas seulement de quelques-uns, aient leur importance. Félicitations à Heimans et Timms pour leur détermination à contribuer à façonner l'avenir, plutôt que de se contenter de s'en plaindre.

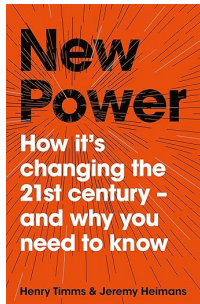
David Miliband

PDG, Comité international de secours

Fascinant... Persuasif... Un ouvrage qui captivera tous ceux qui souhaitent exploiter le nouveau pouvoir de la foule.

Kirkus Reviews

IES DERNIERS LIVRES DE JÉRÉMIE



**Le nouveau pouvoir : comment
il transforme le XXIe siècle - et
pourquoi vous devez en
prendre conscience**