



Jeremy Heimans

AUTORE • FUTURISTA • RELATORE TED

Le organizzazioni che i leader sono stati formati per gestire non sono quelle che ora sono chiamati a guidare. Dipendenti, clienti, autorità di regolamentazione e attivisti si aspettano tutti partecipazione, trasparenza e rapidità che il modello tradizionale di comando e controllo non è in grado di garantire. I leader che hanno successo in questo contesto non sono quelli con il marchio più forte o il budget pubblicitario più consistente; sono quelli che comprendono come fluisce effettivamente l'influenza in un sistema iperconnesso e che sono in grado di costruire modelli che assecondino tale dinamica anziché opporvisi.

Jeremy Heimans è coautore di **New Power** e cofondatore di Purpose, dove aiuta i leader a ridefinire il marchio, il coinvolgimento dei dipendenti e la strategia di influenza in un mondo in cui la partecipazione ha preso il posto della comunicazione unidirezionale.

Jeremy Heimans di 2026 Biografia

DISPONIBILE PER

- Relatori

Perché le organizzazioni collaborano con Jeremy Heimans

TEMI DI CONVERSAZIONE DI JEREMY

- Innovazione e rivoluzione
- Intelligenza artificiale e IA generativa
- Strategia di marca

LINGUA: Inglese

- La sua autorevolezza intellettuale si basa su una tesi ben definita. *New Power*, scritto in collaborazione con Henry Timms, è stato selezionato per il premio FT/McKinsey Business Book of the Year, presentato come "Big Idea" nell'*Harvard Business Review* e accompagnato da un TED talk visto oltre 1,5 milioni di volte.
- Le sue credenziali operative sono rare. In qualità di co-fondatore di GetUp!, Avaaz e All Out, e CEO di Purpose, ha creato alcune delle organizzazioni di campagna e dei movimenti sociali di maggior successo degli ultimi due decenni, quindi ragiona sulla partecipazione partendo dall'esperienza diretta con i prodotti.
- Il suo modello, (Prodotto + Scopo) × Partecipazione, offre ai leader del marketing e dei marchi un'equazione concreta piuttosto che una visione del mondo, il che rende più facile tradurla in progettazione di campagne e strategia di coinvolgimento dei consumatori.
- Il suo recente lavoro sulla partecipazione all'IA, sugli agenti autonomi e sugli schemi di governance porta la tesi del New Power nella questione con cui la maggior parte dei team esecutivi sta attualmente lottando: come costruire legittimità attorno ai sistemi di IA che sono già in fase di sviluppo.
- I riconoscimenti istituzionali, tra cui il titolo di Young Global Leader al World Economic Forum, la presidenza del Global Agenda Council on Civic Participation e il Visionary Award per il 75° anniversario della Fondazione Ford, gli consentono di aprire nuove porte sia per le

organizzazioni con cui dialoga sia per il pubblico a cui si rivolge.

Punti salienti della biografia

- Co-fondatore e CEO di Purpose, una società di utilità pubblica che crea movimenti sociali per marchi, ONG e organizzazioni filantropiche
- Co-fondatore di GetUp!, Avaaz e All Out
- Coautore di *New Power* con Henry Timms (Penguin Random House); finalista al FT/McKinsey Business Book of the Year; articolo su HBR Big Idea
- TED talk sul nuovo potere con oltre 1,5 milioni di visualizzazioni
- Young Global Leader del World Economic Forum; presidente del Global Agenda Council on Civic Participation del WEF; Visionary Award per il 75° anniversario della Fondazione Ford
- Ha studiato all'Università di Sydney e ad Harvard; ha iniziato la sua carriera presso McKinsey

Biografia

Il potere ha cambiato forma. L'argomentazione che Jeremy Heimans ha sviluppato in vent'anni di campagne e scritti è che le organizzazioni, i marchi e i leader che contano in questo secolo sono quelli che comprendono la partecipazione come una forza strutturale, non come un canale di comunicazione. *New Power*, il suo libro scritto insieme a Henry Timms, ha trasformato questa tesi in uno dei modelli più citati nel pensiero contemporaneo sulla leadership; il libro è stato selezionato per il premio FT/McKinsey Business Book of the Year, presentato come "Big Idea" nell'*Harvard Business Review* e ha ispirato un TED talk che ha ormai superato 1,5 milioni di visualizzazioni.

La credibilità alla base di questo modello è di natura operativa. Heimans ha co-fondato GetUp! in Australia nel 2005, un'organizzazione politica che è cresciuta fino a contare più membri di tutti i partiti politici australiani messi insieme, ed è stato co-fondatore delle piattaforme di campagne globali Avaaz e All Out. La sua azienda, Purpose, è la società di utilità pubblica che ha creato per trasferire tale esperienza a marchi, ONG e organizzazioni filantropiche, aiutandoli a progettare i modelli di partecipazione che il marketing di comando e controllo non produce più.

Dal punto di vista accademico, è un ex allievo di McKinsey con lauree conseguite presso l'Università di Sydney e Harvard. A livello istituzionale, è stato riconosciuto come Young Global Leader dal World Economic Forum, ha presieduto il suo Global Agenda Council on Civic Participation e ha ricevuto il Visionary Award per il 75° anniversario della Fondazione Ford. Il suo modello, (Prodotto + Scopo) × Partecipazione, è l'espressione più semplice di ciò che il suo lavoro di consulenza offre ai marchi di consumo.

L'attuale punto di forza del suo lavoro è l'intelligenza artificiale. La tesi di Heimans su come la partecipazione costruisca la legittimità viene sempre più applicata all'implementazione dell'IA, agli agenti autonomi e alle strutture di governance che le aziende stanno costruendo per un uso su larga scala dell'IA. Per i team dirigenziali che cercano di capire come mantenere la fiducia nel marchio, l'impegno dei dipendenti e la posizione normativa mentre l'IA rimodella il loro modello operativo, è uno dei pochi commentatori il cui quadro di riferimento era già stato costruito per questo cambiamento.

Argomenti principali delle conferenze

- Il nuovo potere e il passaggio dalla trasmissione alla partecipazione
- IA, agenti autonomi e governance della partecipazione
- Costruzione del marchio e coinvolgimento dei consumatori nell'ambito di (Prodotto + Scopo) × Partecipazione
- Progettazione di movimenti per organizzazioni, ONG e attività di advocacy
- Leadership e influenza nei sistemi iperconnessi
- Il futuro del lavoro e l'autorità distribuita

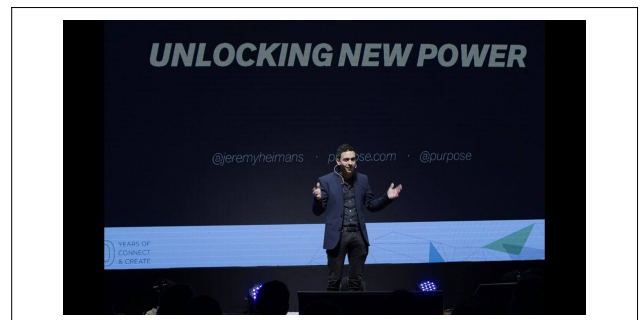
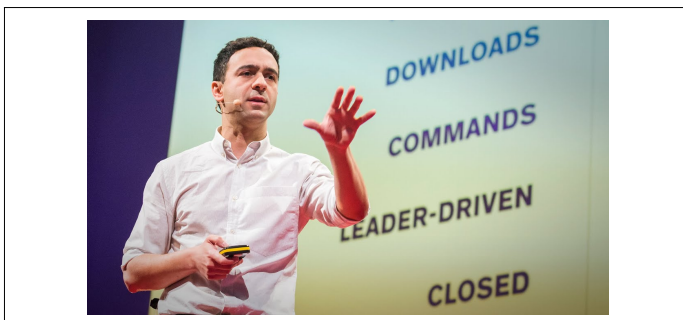
Ideale per

- CEO, CMO e responsabili della comunicazione che stanno riprogettando la strategia di marca e quella verso gli stakeholder per un ambiente partecipativo
- Responsabili dell'IA, responsabili della governance e comitati esecutivi che stanno costruendo la legittimità dei sistemi di IA
- Team dirigenziali di ONG e organizzazioni filantropiche che stanno ampliando i movimenti e i programmi di partecipazione civica
- Forum economico mondiale, forum di affari pubblici e politici in cui convergono il potere civico e quello aziendale

Risultati per il pubblico

- Una comprensione pratica del quadro del Nuovo Potere e di come esso modifichi le decisioni relative a marketing, leadership e governance
- Esempi concreti di marchi, movimenti e piattaforme che hanno applicato (o non sono riusciti ad applicare) i meccanismi del "New Power"
- Una visione più chiara di come la partecipazione possa essere integrata nella implementazione e nella governance dell'IA piuttosto che aggiunta a posteriori
- Modelli pratici per il coinvolgimento civico, dei dipendenti e dei clienti che funzionano in sintonia con i sistemi iperconnessi

Jeremy Heimans's Videos





Cosa dicono i clienti di Jeremy Heimans

Un contributo straordinariamente incisivo che non solo spiega come stanno cambiando le dinamiche di potere, ma fornisce anche gli strumenti – e la sicurezza necessaria – per sfruttare tali cambiamenti al fine di creare imprese, diffondere idee e costruire un mondo migliore.

Paul Polman

amministratore delegato, Unilever

Da non perdere, «New Power» è un vero e proprio dono per i nostri movimenti. Non si tratta solo di diventare virali: si tratta di mettere in contatto milioni di persone affinché si rimbocchino le maniche e realizzino i cambiamenti che tanto desideriamo.

Alicia Garza

Co-fondatore, Black Lives Matter

La natura e l'uso del potere stanno cambiando rapidamente, diffondendosi su vasta scala attraverso canali inaspettati. «New Power» offre gli strumenti pratici per aiutarci a comprendere questo cambiamento. Ma mette anche in luce la grande sfida del nostro tempo: se tutto questo nuovo potere finirà per essere usato a fini positivi o negativi.

Craig Newmark

Fondatore, Craigslist

"New Power" è al tempo stesso una guida pratica e una dose di ottimismo di cui c'è grande bisogno, che ci aiuta a capire che il futuro è nelle nostre mani. Una lettura imperdibile per i leader di oggi in qualsiasi settore.

Ai-jen Poo

Direttore esecutivo, Alleanza Nazionale dei Lavoratori Domestici

Il segno più evidente che mi fa capire di aver trovato un'idea geniale non è l'effetto che essa ha sulla mia mente, bensì quello che ha sui miei occhi. Quando un'idea è davvero avvincente, cambia il mio stesso modo di vedere le cose. È proprio quello che mi è successo quando ho letto **New Power**.

Daniel Pink
Autore, Guida

Non si potrebbero desiderare due persone migliori di Henry Timms e Jeremy Heimans per scrivere questa analisi e questa riflessione sul nuovo potere. Sono proprio i dettagli di questo libro a entusiasmare davvero... il suo ottimismo e i suoi consigli pratici. E, contro ogni aspettativa, è anche divertente. Vi incoraggio a contribuire all'acquisto.

The Guardian

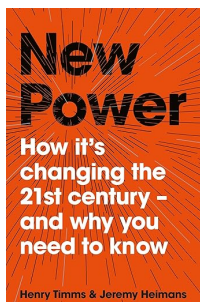
Il potere sta subendo un cambiamento senza precedenti, e per questo «New Power» affronta una questione fondamentale per la nostra epoca: come fare in modo che le voci e le scelte di tutti, e non solo di pochi, abbiano un peso. Complimenti a Heimans e Timms per la loro determinazione nel contribuire a plasmare il futuro, invece di limitarsi a lamentarsene.

David Miliband
amministratore delegato, Comitato Internazionale di Soccorso

Affascinante... Convincente... Catturerà l'attenzione di chiunque voglia sfruttare il nuovo potere della massa.

Kirkus Reviews

JEREMY GLI ULTIMI LIBRI DI



Il nuovo potere: come sta cambiando il XXI secolo - e perché è importante saperlo