



Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 37'021
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 036.001
Abo-Nr.: 1096297
Seite: 28
Fläche: 78'378 mm²

Chasseur d'histoires



> Conférences Un mouvement mondial s'est donné pour mission de propager les idées susceptibles de changer le monde. Son nom, déjà au bénéfice d'une reconnaissance certaine: TED

> Le Tessinois Bruno Giussani, Monsieur Loyal de ce concept, en organise une déclinaison inédite à Genève fin 2015

Dejan Nikolic

On dit de Bruno Giussani, natif de Faido au Tessin, qu'il peut faire de quiconque une star. Sa méthode

tient en trois lettres: TED, pour technologie, divertissement (*entertainment* en anglais) et design. Soit une série internationale de conférences où les célébrités dont les points de vue sont déjà largement propagés et les talents émergents susceptibles de changer le monde peuvent sans complexe se tutoyer. Lancée il y a 30 ans, la manifestation distille «des idées valant la peine d'être diffusées».

Bruno Giussani a rejoint l'aventure TED en 2005. «Un peu par hasard», dit-il. A tour de rôle imprésario de potentiels, sélectionneur de talents, coordinateur de discours, modérateur de scènes et filtre à idées dans un univers souffrant d'obésité de l'information, il se considère en réalité comme un vulgaire «passeur de plats». «Ce sont les orateurs les véritables cuisiniers», nuance-t-il.

Et le quinquagénaire d'annoncer le prochain menu TEDGlobal: «Pour la première fois, nous organisons cette manifestation à Genève. L'événement, dont les détails sont en cours d'élaboration, aura lieu en décembre prochain.» Le thème de

cette expérience prévue sur une journée: «Nouvelles passées et mémoires futures». Polyglotte, Bruno Giussani est né de parents immigrants de Bergame, au nord de l'Italie. Le personnage est sincère dans son discours et confiant en ses capacités. Ce sont d'ailleurs les deux qualités qu'il préfère, respectivement chez un homme et chez une femme.

L'édition phare de son mouvement, TEDGlobal, dont la dernière cuvée s'est déployée il y a trois semaines à Vancouver, met en dialogue tous les domaines de l'expérience et de la créativité humaines: sciences, philanthropie, entreprises, aventure, art, éducation, etc. Bruno Giussani, auteur d'ouvrages sur la technologie et journaliste de formation – des titres comme *Libération*, le *New York Times*, le *Wall Street Journal* ou *The Economist* lui ont déjà ouvert leurs colonnes –, stratège online du Forum de Davos, en est la cheville ouvrière incontournable. Egalement producteur du «Forum des 100», cet homme de réseau (conseiller d'un groupe de réflexion à Washington et membre



Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 37'021
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 036.001
Abo-Nr.: 1096297
Seite: 28
Fläche: 78'378 mm²

du conseil de l'Université Stanford en Californie) a aussi participé cette semaine au premier Brain Forum à Lausanne.

En passant du statut d'aventure commerciale à celle d'une activité désintéressée, la mouvance TED a connu cette dernière décennie un développement fulgurant. Les meilleurs exposés, mis gratuitement à la disposition du public sur le Web, cumulent depuis 2006 une audience de deux milliards d'internautes. Kenneth Robinson, expert mondial en éducation, qui raconte comment l'école, dans son formatage, tue la créativité des élèves, affiche 32 millions de vues. Très populaire aussi, Raffaello D'Andrea, de l'École polytechnique fédérale de Zurich, dont la démonstration technique fait intervenir de manière spectaculaire des quadricoptères (mini-drones) savants.

Depuis 2005, TED a aussi élargi son champ d'action à d'autres disciplines, faisant davantage décoller la notoriété de son concept. L'acronyme anglo-saxon initial est depuis tombé en désuétude. Aujourd'hui, la marque monosyllabique désignant des échanges de visions prometteuses s'est enrichie de plusieurs suffixes: Women, Youth, Books, «-Ed», Global ou «x». Autant de déclinaisons du modèle originel, respectivement en genre, en classe d'âge, en support de communication, en programmes tutoriaux, à l'échelle mondiale ou locale.

Par exemple, la franchise TEDx est née d'une demande du public. Assortie d'une charte qualité, elle a ouvert la voie d'une dissémination d'opinions en toutes les langues.

Au rythme de 8 TEDx par jour, partout dans le monde. Ce qui fait craindre à certains un essoufflement du modèle.

Mais à quoi ressemble exactement une conférence TED? Ici, point de promotion commerciale, politique ou religieuse. Ce qui ne veut pas dire que l'on ne parle pas d'économie, d'affaires publiques ou de spiritualité. Une session dure environ 1h45. Elle voit défiler entre 6 et 8 intervenants. Le mot d'ordre: diffuser sa pensée en 3 à 18 minutes maximum. Selon le mode opératoire suivant: un historien ouvre le bal, suivi d'un aventurier, puis d'un musicien, etc. Portée par un thème «valise» prédéfini, la logique vise à relier des discours qui, au départ, n'avaient explicitement rien en commun.

Côté mise en scène, rien n'est laissé au hasard. En coulisse, Bruno Giussani aide les candidats à préparer leur intervention. Pour toucher l'audience, le propos doit être élaboré et précis. Mais spontané dans l'esprit, avec toutefois une place quasi inexistante pour l'improvisation. «Il faut aussi éviter de lancer son sujet avec une blague en introduction. Cela ne fonctionne pas», conseille le stratège, qui insiste lourdement sur un entraînement préalable. Réécrire ses brouillons, cent fois s'il le faut. Ecouter sa voix. Filmer sa prestation dans sa cuisine ou la faire valider par Skype. Jusqu'à la répétition générale, in situ, deux jours avant la conférence. «Après les araignées et les serpents, la peur la plus répandue parmi la population, c'est de parler en public», signale Bruno Giussani, personnage d'hô-

tels, qui affirme voyager 200 jours par année.

Chaque édition TED, dans sa variante mondiale (Global), fait intervenir une centaine d'orateurs répartis sur une semaine. Le public, au moins dix fois plus nombreux, vient de tous horizons: investisseurs, scientifiques, capitaines d'industrie et autres chefs d'entreprise, geeks prometteurs, politiciens ou artistes.

L'entrée coûte 8500 dollars. Bruno Giussani ne s'en cache pas: «C'est cher et exclusif.» Le modèle, élitiste, fonctionne à guichets fermés. Mais le ticket ainsi payé, auquel s'ajoutent des partenariats privés avec par exemple la Fondation Bill Gates, permet de financer tout l'écosystème TED. La galaxie TED dispose d'un budget annuel de 40 millions de dollars. Et est régie par 140 personnes.

Depuis un an, l'équipe dispose de sa propre arène démontable en bois: le théâtre TED, à Vancouver. C'est l'architecte et empereur du design David Rockwell, à l'origine notamment de la mise en scène de plusieurs cérémonies des Oscars, qui a imaginé le concept. Son dispositif, enrichi de fauteuils, de canapés, de chaises et autres formes de sièges censés stimuler la créativité du public, a surtout été conçu sur mesure pour mettre en valeur les narrations. Les orateurs, juchés au centre de ce qui ressemble à une piste de cirque, s'offrent ainsi le grand frisson: une proximité inédite avec leur audience. Impact visuel et sensoriel garanti.

Imprésario, chef d'orchestre, metteur en scène?

«Je me considère comme un passeur de plats.

Ce sont les intervenants les véritables cuisiniers»