



NOUVELLES TECHNOLOGIES & SOCIÉTÉ

**LAURENT HAUG,  
FONDATEUR DE LIFT LAB  
ET DES CONFÉRENCES LIFT**

L'entrepreneur français habitant à Genève organise l'année prochaine deux cycles de conférences. Le premier, Lift08, à Genève en février et le deuxième, LiftAsia, en juin à Séoul.

CRÉDIT PHOTOGRAPHIQUE: © DDBP/CH/DAVID GAONERH ET BENOÎT POINTET

# Laurent Haug connecte la Suisse à la Corée, laboratoire du futur

Le fondateur des conférences Lift à Genève va dès demain créer l'événement à Séoul. Portrait d'un metteur en relation.

**ALEXANDRE SONNAY**  
À GENÈVE

Pour connaître un technophile, il faut se pencher sur son ordinateur. Laurent Haug, concepteur et organisateur des conférences Lift à Genève et dès demain à Séoul, ne fait pas exception à la règle. Ce jeune entrepreneur français de 31 ans ne se sépare jamais de son seul outil de travail. Comme tout bon «geek» (technophile) qui se respecte, il a choisi un Mac comme fidèle compagnon. Devenu à force une sorte de prolongement de son anatomie, il le balade dans les rues de la Cité de Calvin, entre le café du Grütli, Unimail ou le restaurant du Parc des Bastions, là où se connecte au réseau sans fil de la ville cette nouvelle génération d'entrepreneurs du Web. Sur le boîtier de la machine, quelques autocollants attirent l'attention. Le premier, une pomme semblable au symbole de la marque d'Apple mais rouge avec une petite croix blanche. Comme l'expression de son attachement à la Suisse. Le reste du couvercle du portable est mangé par trois adhésifs rouges verts et bleus frappés du logo Lift: une croix vers laquelle se concentrent des dizaines de phylactères blancs.

Lift, c'est l'événement auquel ce Suisse de cœur consacre l'essentiel de son temps et son énergie. «Après une courte expérience dans le domaine de la banque privée, j'ai lancé à mon compte Lift Lab, une agence de conseil aux entreprises spécialisée dans les technologies», raconte ce diplômé de HEC Lausanne. La distinction est très claire: le consulting est une activité secondaire. Et Lift, cette plateforme de discussion pour parler des technologies et de leur impact sur la société, son véritable mantra.

**Un concept importé du Danemark**

L'idée a germé en 2005, alors que l'éclatement de la bulle internet résonnait encore aux oreilles de beaucoup. «Les parents préféreraient alors que leur fille se marie à un artiste plutôt qu'à un webdesigner», commente en riant l'entrepreneur. Mais 2005 signe le retour en grâce des techs en Europe. A l'occasion d'un sommet au Danemark qui réunissait les bloggeurs du monde entier pour discuter des tendances du futur, Laurent Haug décide d'importer le concept en terre helvétique. Sans en faire cependant une nouvelle étape sur le circuit encombré des stars de la blogosphère.

Au contraire, il concocte une recette beaucoup plus personnelle. La conférence mêle ainsi présentations de spécialistes à des espaces artistiques et même ludiques et se veut une plateforme de rencontre entre les mondes réel et virtuel. Pour se démarquer de ses concurrents, Laurent Haug mise sur des orateurs encore peu connus. «Nous sommes par exemple allés chercher sœur Judith, l'éditrice du site du Vatican.» Dans quel but? «Je l'ai fait venir à l'attention des banques privées, pour qu'elle leur explique que la longévité d'une institution comme celle de l'Eglise catholique n'est pas une excuse pour ne pas changer et regarder de l'avant», détaille, les yeux bleus pétillants, cet entremetteur professionnel. Et l'événement se veut sans frontières nationales; plutôt normal pour le fils du fondateur du programme d'échange universitaire Erasmus! Lift s'exporte en Corée dès demain pour une première série de conférences d'une journée à Séoul. Par la suite, les sommets Lift se tiendront en février à Genève et en juin au Pays du Matin calme. Pourquoi là-bas? «Ce pays est en avance technologiquement sur tout le monde. Le taux de pénétration du haut-débit au sein des ménages atteint 103%»

s'exclame ce perfectionniste qui ne cache pas ses ambitions. La Corée connaît également des problèmes qui devraient se poser bientôt en Suisse et en Europe. Certaines stars locales se sont suicidées, par exemple, en raison du harcèlement online pratiqué par certains internautes. A tel point que le gouvernement a dû réagir et a imposé un système d'identité numérique. «Je souhaite apporter dès maintenant un éclairage sur ce genre de problématique et commencer à trouver des solutions», promet le Français à la stature imposante. Pour ce «technoréaliste», comme il aime à se décrire, la technologie n'est pas une fin en soi, mais au contraire un moyen d'entrer en contact, de se rassembler, voire de communier. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si la bonne chère occupe une place aussi importante chez ce Champenois né d'une mère bordelaise et d'un père alsacien. «Le moment que je préfère pendant Lift, c'est la désormais traditionnelle fondue autour de laquelle se réunissent tous les participants lors du deuxième jour du cycle de conférences.»

**«J'ai besoin de savoir que je fais la différence»**

Pourtant, cette envie de rassembler se heurte souvent aux bar-

rières latentes de ce pays qu'il adore. Il tente actuellement un rapprochement entre Lift et son pendant zurichois Tweakfest, «mais de nombreuses résistances se font sentir du côté de certains participants. D'ailleurs, Lift est trop souvent considéré comme une manifestation romande, alors que je la perçois comme helvétique», déplore l'entrepreneur. «Il existe en Suisse une sorte de mentalité qui confond confiance en soi et en ses projets avec de l'arrogance, constate un brin amer Laurent Haug. J'ai dû m'habituer au fait que les gens et même certains proches semblent désolés pour moi dès que je tente une nouvelle aventure.» Cela ne l'a toutefois pas empêché de tomber amoureux de la région, allant jusqu'à adopter une certaine pudeur toute helvétique. «Je n'ai jamais voté, car je ne pense pas que ce soit la meilleure façon de changer les choses à mon niveau. J'ai besoin de savoir que ce que je réalise a de l'influence, fasse la différence», clame, inébranlable, le jeune entrepreneur déjà vétéran du web. «Ma passion, c'est de mettre les gens en relation.»

[a.sonnay@agefi.com]

## L'INDUSTRIE SUISSE DU TRUST S'ASSOCIE

Le trust possède désormais son organisme faîtière en Suisse. Les professionnels de cette industrie en plein essor, en particulier à Genève, viennent de créer l'Association suisse des sociétés de trust (SATC).

## AGROCHIMIE

# Syngenta à fond dans le biocarburant

La direction du groupe salue «l'évolution très favorable et le taux d'activité extrêmement soutenu de l'antenne de Monthey».

**LISE-MARIE TERRETTAZ**  
À MONTHEY

Vendredi et samedi, les 800 collaborateurs de Syngenta Monthey, leurs familles ainsi que les clients étaient invités à découvrir le domaine des Barges, qui abrite l'une des dix stations de recherche que le groupe agrochimique bâlois compte à travers la planète. Sur 57 hectares loués à l'Etat du Valais, Syngenta procède à des tests variétaux et phytosanitaires. A l'occasion de ces journées «Au vert», la direction a fait le point

sur l'évolution des affaires. «Elle est très favorable et le taux d'activité est extrêmement soutenu à Monthey», a commenté le directeur Mauricio Ranzi. «Le volume de production progresse d'environ 20% cette année.» Cette tendance, qui ne devrait pas fléchir en 2008, s'explique par un contexte favorable pour l'agribusiness. L'accroissement de la population, la réduction des terres cultivables, les changements de régime alimentaire dans des pays comme la Chine ou l'Inde impliquent d'augmenter le rendement

agricole. «Aujourd'hui, un hectare nourrit 4 personnes; en 2025, il devra en nourrir cinq», estime le directeur. A ceci s'ajoute le défi des biocarburants. Aux Etat-Unis notamment, la demande de maïs – dont l'amidon sert à fabriquer du bioéthanol – est énorme et ces cultures sont en pleine expansion. Cet essor profite à Syngenta via les semences que la société sélectionne spécialement à cette fin et les produits de protection des plantes (fongicide, insecticide, herbicide) qu'elle fournit. Actif

principalement dans ce dernier créneau, le site de Monthey se retrouve en première ligne: «Nous avons dû fonctionner en quatre équipes et optimiser au maximum notre façon de travailler pour fournir le marché», précise M. Ranzi. Syngenta se prépare à affronter une concurrence accrue. La rentabilité est mise sous pression par l'arrivée des génériques, principalement en provenance de pays à bas coûts, et par les parts de marché toujours plus importantes des OGM.

Pour cela, nous avons lancé un programme baptisé 2015 qui vise à éliminer toutes les activités qui n'apportent aucune valeur ajoutée.» Selon M. Ranzi, ce programme n'aura pas de conséquence sur l'emploi. Mais la pyramide des âges des collaborateurs (30% de l'effectif a plus de 51 ans) entraînera une forte rotation de personnel ces prochaines années à Monthey et amènera l'entreprise à procéder à de nombreux engagements pour assurer la transmission du savoir-faire. – (Le Nouvelliste)