

Information de presse État: 19.11.2021

Nouvel épisode du podcast *Are We There Yet?*: le monde du légendaire designer Peter Schreyer

- Hyundai Motor a diffusé le troisième épisode de la deuxième saison de son podcast, *Are We There Yet?*
- Peter Schreyer, président et head of Design Management du Hyundai Motor Group, parle avec son hôte Suzi Perry de son parcours personnel depuis qu'il a entamé sa collaboration avec le Hyundai Motor Group il y a quinze ans de cela et de la façon dont le design s'est développé depuis
- Schreyer partage des idées sur l'impact du design sur la culture et le comportement de l'entreprise
- Écoutez et inscrivez-vous au podcast [ici](#)

Hyundai Motor a diffusé le troisième épisode de la seconde saison de son podcast bimensuel, *Are We There Yet?*. Dans «*Le monde du légendaire designer Peter Schreyer*», le **président et Head of Design Management du Hyundai Motor Group** rejoint son hôte Suzi Perry pour parler de ce qui inspire son travail, de la façon dont il a amorcé le raffinement de la philosophie globale du design de Hyundai avec son équipe et de l'impact qu'il a eu sur l'entreprise en changeant la façon de travailler des designers en Corée.

Dans cet épisode 3 de la saison 2, Schreyer explique d'où il tire son inspiration pour son travail de designer. Amoureux des voyages, il explique comment il s'efforce de parcourir le monde, les yeux grands ouverts, pour tirer son inspiration de l'architecture et même des jardins dans les différents pays qu'il traverse. Schreyer explique qu'il a appliqué ce principe à son propre style artistique, en ne suivant pas les tendances de l'industrie automobile pour imaginer de nouveaux designs. Durant son processus créatif, il s'efforce de prendre des risques et d'éviter les tendances classiques du design.

Schreyer revient aussi sur ce qui l'a attiré chez Hyundai en premier lieu. Comme il n'avait jusque-là travaillé que pour des constructeurs allemands, les compagnies automobiles asiatiques lui étaient totalement étrangères. Pourtant, un simple appel téléphonique venu de Corée et qui lui demandait de donner une nouvelle identité à la marque Kia a piqué sa curiosité. Schreyer a alors décidé de partir s'installer en Corée du Sud pour laisser son empreinte dans le monde du design automobile, ce que raconte le livre [Roots and Wings](#).

L'un de ses premiers défis a été d'accentuer la différence de style entre les marques Hyundai et Kia.

Il a fini par créer un manifeste de design pour les deux marques, intitulé «Le galet de rivière et la boule de billard». Vu sa forme particulière et parce qu'aucun galet ne ressemble à un autre, le galet de rivière a servi d'image de référence pour Hyundai. À l'inverse, la boule de billard a servi de symbole pour Kia: un objet façonné par l'homme, avec un très haut degré de précision. Ces deux philosophies guident, aujourd'hui encore, le design respectif des deux marques.

Amenant avec lui sa propre mentalité de travail dans l'entreprise, Schreyer a fait office de pont entre les différentes équipes de design de Hyundai. Il est convaincu que c'est avec de la collaboration et non avec une hiérarchie stricte qu'on obtient les meilleurs résultats. Et il compare volontiers son mode de travail préféré à celui d'un groupe de jazz: un groupe de personnes qui amènent toutes des compétences différentes mais qui, ayant une compréhension commune de la direction qu'elles souhaitent prendre, improvisent, échangent et finissent par créer quelque chose de beau.

«L'important, quand vous développez quelque chose, c'est que l'échec doit être toléré. Il est parfois dur de faire quelque chose et d'échouer», explique Schreyer. «Mais c'est nécessaire. Vous devez explorer différentes directions. Et si vous vous apercevez qu'une de ces directions ne fonctionne pas, ce n'est pas un échec, c'est un apprentissage qui vous amène sur la voie de la bonne solution. C'est la seule chose que je défends par tous les moyens, parce que la seule façon d'apprendre.»

Inscrivez-vous au podcast *Are We There Yet?* de Hyundai et écoutez le dernier épisode pour en apprendre plus sur la façon dont Peter Schreyer a façonné la philosophie de design du Hyundai Motor Group.

L'épisode 3 de la saison 2 de *Are We There Yet?* est désormais en ligne et disponible pour les auditeurs sur [Spotify](#), [Apple](#), [Google](#), [Podcasts](#), [Stitcher](#), [Acast](#) et les autres plateformes de streaming de podcasts. Il est produit par Fresh Air Production.

* * *

Au sujet de Peter Schreyer

Né en 1953 à Bad Reichenhall en Allemagne, Peter Schreyer a montré de l'intérêt pour l'art dès son plus jeune âge. Après avoir étudié le design industriel à l'Université des sciences appliquées de Munich et le design des transports au Royal College of Art à Londres, il a travaillé pour Audi ainsi que pour le Groupe Volkswagen, à divers postes, pendant plus de 25 ans.

En 2006, Schreyer a reçu un coup de téléphone qui a changé sa vie: la proposition d'intégrer la Kia Motors Corporation. Motivé par l'opportunité rare de pouvoir définir une direction de design à partir de zéro, il a accepté. C'est ainsi qu'il s'est retrouvé Chief Design Officer pour Kia Motors. Schreyer a été le premier à donner une direction forte au design de la marque et il a développé une stratégie de marque qui s'est ensuite transformée en manifeste. Il est à la base de la transformation de Hyundai et Kia en marques axées sur le design.

* * *

Personne de contact:

Hyundai Suisse

Nicholas Blattner, tél.: +41 44 816 43 45; fax: +41 44 816 43 09; e-mail: nicholas.blattner@hyundai.ch

Les communiqués de presse et les photos peuvent être consultés ou téléchargés sur le site Internet de Hyundai réservé aux médias: news.hyundai.ch