

Nokia | L'Amour Collection

Francesco Morace



Design Neo-Romantico

Neo-Romantic Design

Il ritorno alla decorazione e all'ispirazione "neo-romantica" nel design, cui stiamo assistendo negli ultimi tempi, ha radici profonde.

Il tema che ispira questa tendenza è il desiderio di raccontare, attraverso gli oggetti, storie che ancorino le possibilità del futuro alle sicurezze del passato. Una delle ragioni del fenomeno risiede nell'aumento della mobilità sociale e personale, che favorisce l'incontro tra culture diverse e spinge alla ricerca e allo sviluppo di nuovi linguaggi comuni.

Gli oggetti diventano quindi oggetti-totem, archetipi culturali che testimoniano le origini ancestrali di ogni cultura, dando impulso allo sviluppo di un "design antropologico".

D'altra parte, la forza simbolica ed evocativa della memoria riprende le icone del passato e ne proietta l'immaginario nel futuro.

La forza magnetica degli oggetti si esprime quindi attraverso la capacità combinatoria della memoria, che mescola icone retrò e suggestioni future in un "presente magnetico" che affascina con la forza del suo racconto.

La continuità con il passato e la tradizione vengono rese vitali dalla loro proiezione nel futuro, costituendo una sorta di "ponte temporale" che dischiude nuove possibilità.

Nell'ambiente domestico si diffonde il ricordo nostalgico del passato e la voglia di recuperare oggetti e memorie d'epoca, mentre l'incontro con culture diverse da quella di origine si trasforma in molti casi in una serie di spunti per nuovi prodotti con codici e linguaggi appartenenti ad altri popoli.

Nuovi prodotti e ambienti che "raccontano" tradizioni radicate nel passato, diventano i protagonisti dell'area che possiamo definire Neo-Romantica.

La rielaborazione creativa da parte dei designers porta spesso sia all'individuazione di nuovi e diversi usi di un materiale sia alla re-interpretazione di forme ed estetiche dal passato. Non solo il mondo della casa ma anche della distribuzione, propongono frequentemente ambientazioni che richiamano esplicitamente le estetiche retrò o una influenza "etnica".

Le icone della femminilità più classica (fiori, farfalle, tacchi alti, stampe di ispirazione romantica, dettagli impreziositi da pellicce o paillettes), e dell'eleganza più formale, in forte ripresa nella moda istituzionale e nelle strade del mondo, sono oggetto oggi di una nuova ricerca, soprattutto da parte dei più giovani.

Ragazze e ragazzi di tutto il mondo rimangono affascinati dalle antiche regole dell'eleganza, che permettono loro nuovi giochi di accostamenti più o meno arditi. Valorizzano nella loro vita quotidiana i dettagli progettuali che si esprimono nella moda, ma non solo, e che diventano importanti e centrali nella definizione di un nuovo glamour nelle varie espressioni del sé.

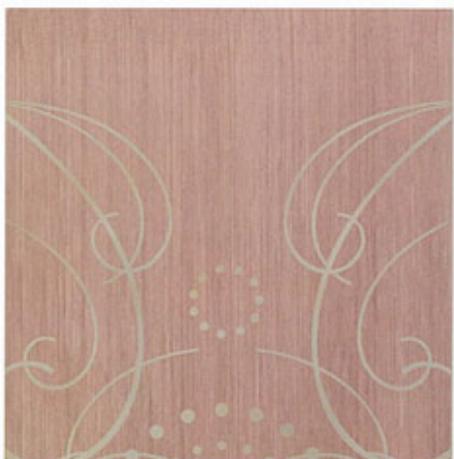
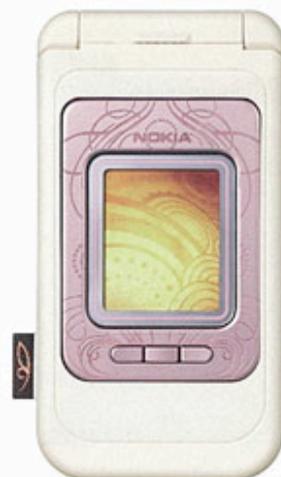
Si è diffuso negli ultimi anni nelle diverse generazioni un grande recupero di

Nokia: *L'Amour Collection*: motivi incisi, finiture metalliche ed elementi esotici.

Nokia: *L'Amour Collection*: etched patterns, metal decorations and exotic details.

Nokia 7390: riflessi lucenti e fantasiose trasparenze. Versioni nero, bronzo e rosa.

Nokia 7390: shiny reflections and imaginative transparencies. Black, bronze and pink version.



valori come la femminilità profonda, il romanticismo, il garbo, la dolcezza: si tratta di un fenomeno molto al femminile in termini, non solo di prodotto, ma soprattutto di approccio e diffusione. Il desiderio di femminilità che sta caratterizzando l'inizio di millennio nella moda, è solo una delle espressioni di questa sensibilità, che trova il suo aspetto più originale nelle dinamiche di socializzazione e condivisione del gusto.

Inspiring Imagination. L'Amour Collection



NOKIA
7360



NOKIA
7370



NOKIA
7380

L'immaginazione prende il volo. Quando antiche forme d'arte e creazioni d'avanguardia si uniscono insieme. Per provare la sensazione di sfiorare metallo, pelle e ceramica sotto nuove, uniche forme. Per creare una collezione di telefoni cellulari mai vista prima. L'Amour Collection. Lasciati ispirare.

www.nokia.it/amourcollection

NOKIA
Connecting People

Lente d'ingrandimento

Close up



Nokia 7390, versione nero | Black version.

La nuova linea di telefoni cellulari L'Amour Collection di Nokia, adotta una grafica e un tipo di decorazione nuova per il settore. I telefoni hanno infatti incisioni, colori e materiali tipici dell'arredamento e della moda. Anche la campagna pubblicitaria, accompagnata dal *claim Inspiring Imagination*, utilizza stilemi e linguaggi onirici e sensuali tipici del mondo della profumeria e della cosmetica.

Il fenomeno incontra altre sensibilità e protagonisti creativi nella moda, nell'accessorio, nella grafica, nell'arte, nella musica. Facciamo alcuni esempi. Katerina Psoma è una giovane progettista di gioielli fatti a mano con una grande passione per i monili vintage e l'arte bizantina. Braccialetti, collane, orecchini e spille cercano di mettere in evidenza la storia del Mediterraneo attraverso la sua sensibilità femminile. Il suo punto di forza è la capacità di mettere insieme elementi con caratteristiche apparentemente lontane, come le sue collane con cristalli Swarovski, antichi monili d'argento provenienti dal Marocco e corda di seta.

Il giovane marchio newyorchese Salvör è noto per le sue raffinate T-shirt e cuscini che riproducono animali, che alludono ad un kitsch decadente e sofisticato. La loro caratteristica principale è l'utilizzo di serigrafie e i sorprendenti accostamenti di colori. Nel loro punto vendita di SoHo, SalvörKiosk, si può trovare anche una selezione di prodotti quali carte e ceramiche giapponesi, caramelle, piccoli oggetti per la casa e raffinati complementi tecnologici, come cuffie ad alta fedeltà.

Ryan McGinness è un artista e grafico che opera a New York. Le sue opere sono state esposte nei più importanti musei del mondo, ma anche su T-shirt e libri di web design. Il suo tratto grafico è riconoscibile per l'abbondanza della decorazione e per gli arabeschi estremamente grafici e mai stucchevoli. La sua influenza nella grafica della moda contemporanea è (assieme a quella dell'olandese Tord Boontje) tra le più evidenti e consolidate.

L'inglese Alison Goldfrapp, ha cominciato a esplorare generi musicali fin dagli anni della scuola di belle arti. Per lei le "belle arti" sono suoni, immagini, performance e installazioni, in un nucleo integrato. Il duo Goldfrapp - Will Gregory esplora da anni la musica trance ed elettronica, resa dolce e sensuale da sonorità calde, che evocano un ampio spettro di riferimenti da Donna Summer ad Ennio Morricone. I loro ultimi lavori sono eleganti, carichi di suggestioni e di un pizzico di mistero.

Utilizzare la connotazione artistica per valorizzare la vita quotidiana, per una esperienza felice che combina etica ed estetica, e sancisce la morte delle avanguardie e l'estensione delle logiche artistiche per ritrovare le parentele sepolte delle cose, le loro similitudini disperse: Nokia lavora ormai da molti anni in questa direzione.





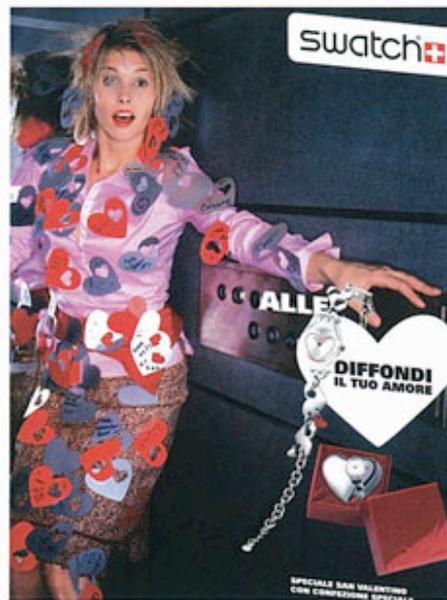
The roots of the recent revival of "neo-romantic" ideas and decorations in the field of design come from the distant past.

The reasons behind this revival lie in a desire to use objects to tell stories that link the potential of the future to the certainties of the past.

The current renaissance of this phenomenon is influenced by our increased social and personal mobility; by helping to put different cultures into contact with one another, this leads to the creation of new, universal styles.

Objects become totem-objects, cultural archetypes that bear witness to the ancestral origins of all civilizations and encourage the development of "anthropological design."

In addition, the symbolic and evocative force of memory captures the icons of



the past and projects them into the imagination of the future.

The magnetic attraction of objects is achieved by exploiting the unifying power of memory. Memory merges retro icons and potential ideas in a fascinating "magnetic present" that is so powerful it fascinates and captures people's attention.

Continuity with the past and tradition are revived by being projected into the future, creating a sort of "temporal bridge" of new opportunities.

Our homes project our nostalgic idea of the past and our desire to rescue old objects and memories. In many cases our experience of civilisations, other than our own, gives us ideas about designs for new products with codes and

Lente d'ingrandimento

Close up



Nokia 7380: sottile con la superficie a specchio incisa e il disco senza tasti, versione ambra.

Nokia 7380: ultrathin with an etched mirror surface and the disk without a keypad, amber version.

Nokia 7370: si apre ruotando per rivelare tastiera nascosta. Versione ambra.

Nokia 7370: you have to rotate it to open and discover the hidden keypad, amber version.

languages that belong to other populations.

New products and environments that "tell" the story of traditions rooted in the past become the protagonists of what we could call Neo-Romanticism.

The creative remodelling implemented by designers often leads to new and different ways of using a material or to the re-interpretation of past forms and aesthetics. Interior designers and production companies often propose designs explicitly based on retro aesthetics or "ethnic" influences.

Icons of classical femininity (flowers, butterflies, high heels, romantic prints, accessories with fur or sequins) or of more formal elegance are making headway in the world of institutional fashion and city high streets: young people in particular are interested in these items.

Boys and girls all over the world are fascinated by the rules governing elegance, rules that allow them to try out new, more or less daring combinations. In their daily lives, they believe that the details and accessories promoted by the world of fashion are not only important, but central to defining a new glamorous way of expressing themselves.

Recently, several generations have rediscovered values such as real femininity, romanticism, good manners, and gentleness: it is a very 'feminine' trend that affects not only products, but above all an approach to design and advertising. The desire for femininity that has marked the advent of the new century of fashion is only one of the obvious aspects of this new sensibility; its most unusual trait lies in the dynamics of socialisation and sharing of tastes.

The new mobile phone collection by Nokia called *Oh L'Amour* has graphic designs and decorations that are totally unique in this field of industry. There are etchings on the phones and the colours and materials are typical of interior design and fashion. Even the promotional campaign, accompanied by the claim, *Inspiring Imagination*, uses the typical oneiric and sensual stylemes and styles of the perfume and cosmetics industry.

The trend involves other artists and creative protagonists of the world of fashion, accessories, graphics, art and music. For example.

Katerina Psoma is a young woman who designs hand-made jewellery. She is passionate about vintage jewellery and Byzantine art. She uses her feminine sensibility to express the history of the Mediterranean in her bracelets, necklaces, earrings and broaches. She skilfully mixes pieces that seem to come from very different civilisations: for instance, she combines Swarovski crystals, ancient silver necklaces from Morocco and silk threads.

The recently created New York brand, *Salvör*, is renowned for its elegant animal-print T-shirts and cushions that hint at a decadent and sophisticated kitsch. Serigraphs with very striking colour combinations are one of their trademarks.



Lente d'ingrandimento

Close up



Their sales outlet in SoHo, SalvorKiosk, stocks a selection of products including Japanese papers and ceramics, sweets, small interior design objects and elegant technological accessories like hi-fi headphones.

Ryan McGuiness is an artist and graphic designer who lives in New York. His works have been exhibited in the most prestigious museums in the world, but



Nokia 7373: il primo dei cellulari gioiello, versione rosa.

Nokia 7373: the first jewel mobile phone, pink version.

so too have his T-shirts and books on web design. His graphics are easily recognisable for their profuse decorations and extremely graphic yet never overly sentimental arabesques. He is one of the most influential and established graphic artists in the world of modern fashion (together with the Dutch artist, Tord Boontje).

The British designer, Alison Goldfrapp, began to explore musical genres ever since she was a fine arts student at school. She considers "fine arts" as sounds, images, performances and installations in a single nucleus. For several years, the duo Goldfrapp/Will Gregory have been studying trance and electronic music, softened and sensualised by warm sonorities that recall artists like Donna Summer and Ennio Morricone. Their latest works are elegant, full of ideas and a touch of mystery.

For some years now, Nokia has been studying how to use art to improve our daily lives, to successfully combine ethics and aesthetics, to finally bury avant-garde and use artistic logic to rediscover the secret relationship between objects