



Ignacio Germade, l'espressione un po' sorniona, stringe fra le mani, come se ne fosse geloso, l'ultima creazione di Motorola. Lui è il Design Director per l'Europa, Middle East e Africa (EMEA), Singapore e India e responsabile per l'Industrial and Interface Design di Motorola per i Paesi EMEA e le regioni dell'Asia del Sud. La creatura, invece, è MOTO U9, il telefono di nuova generazione "che unisce al design più ricercato un'anima e uno stile frutto della fantastica sinergia tra comunicazione, musica ed eleganza raffinata". Dare un'anima al prodotto, legarlo al pubblico attraverso le emozioni, è la linea che Motorola ha scelto di seguire negli ultimi sei anni, periodo che segna per l'azienda una nuova era di successi. "Al contrario di quello che generalmente si fa, noi usiamo la tecnologia per raggiungere un design più caldo - dice Ignacio - andiamo verso un emotional design, cioè un design attento al lato sensibile della gente, che tocca quella parte dell'emozione legata alla self expression. La cosa molto importante è come ti senti con un prodotto, una persona lo sceglie perché lo sente affine a se stesso, perché vi si riconosce". E infatti MOTO U9, con apertura a conchiglia, è un oggetto che ispira emozioni: per l'effetto che fa tenendolo in mano, così leggero, piccolo, per la fresca sensazione che dà passandovi sopra le mani e guardando il guscio esterno che,



Ignacio Germade ha ricevuto importanti riconoscimenti come l'IDSA Design Excellence Award, l'ID Interactive Media Award e l'ID Magazine Award. I suoi lavori sono stati esposti a Boston, a Londra e a Hong Kong. Ignacio Germade has received such important awards as the IDSA Design Excellence Award, the ID Interactive Media Award and the ID Magazine Award. His works have been shown in Boston, London and Hong Kong.

LE EMOZIONI ESCONO DAL GUSCIO

Tecnologia e design multisensoriale si incontrano nella ricerca creativa di Motorola "Emotions come out of their shell". Technology meets multisensorial design at Motorola **Alessandra Ritondo**



MOTO U9. L'esperienza multisensoriale si completa grazie a un'ottima qualità audio: l'ascolto è perfetto e privo di rumori di fondo con le tecnologie Bluetooth® stereo e CrystalTalk™. Per la musica, utilizza Microsoft Windows Media® Player 11 e il lettore musicale integrato che supporta diversi formati di file audio: Windows® WMAv10 con Janus DRM, MP3, AAC, AAC+, AAC+ enhanced. La connessione USB 2.0 consente trasferimenti rapidi, accesso ai dati, e di scaricare dal PC le playlist preferite. Dispone di riconoscimento vocale avanzata, fotocamera da 2.0 megapixel con zoom 8x, con opzione multiscatto, cattura e riproduzione video e inquadratura panoramica, per immagini di ottima risoluzione stampa.

MOTO U9. The multisensorial experience is completed by excellent audio quality: the sound is completely free of background noise, making use of Bluetooth® stereo and CrystalTalk™ technologies. For music, it uses the Microsoft Windows Media® Player 11. The integrated music player supports several audio file formats: Windows® WMAv10 with Janus DRM, MP3, AAC, AAC+, AAC+ enhanced. The USB 2.0 connection lets you rapidly transfer files, access data and download your favorite playlists from your computer. It features advanced voice recognition, a 2.0 megapixel camera with 8x zoom and multi-shot capability, video capture and playback, and a landscape viewfinder for images with excellent print resolution.

in realtà, è un touch-display operativo dal quale si gestiscono musica, chiamate, messaggi e su cui fluttuano innovativi screen saver animati. Motorola usa la tecnologia per ottenere un migliore design, non solo dal punto di vista stilistico. "Volevamo creare qualcosa di personale e personalizzabile ma molto semplice e piacevole da far venire voglia, invece di ostentarlo, di proteggerlo, di tenerlo stretto come un segreto o come un tesoro". Un prodotto molto originale, dunque, o molto ricercato? "L'originalità non deve sempre essere il concetto portante. Dietro un design appropriato ci sono molti criteri che variano a seconda delle diverse esigenze dei paesi del mondo. La percezione del prodotto è un gioco di simmetrie, di colori: nero su nero, opaco su lucido, un gioco di contrasti che scopri muovendo il prodotto. Un equilibrio perfetto nell'insieme, l'allineamento dato ai componenti, l'uso dei materiali. Motorola non punta tanto sulla plastica quanto su una ricerca particolare dei metalli. E poi il resto: lo si mette su un piano nero e scompare, lo si apre e ha una forma, lo si appoggia all'orecchio ed ecco una visione diversa delle simmetrie, fra il telefono e le linee del tuo volto". MOTO U9 ha un look all'avanguardia, risultato dell'incontro bilanciato di tecnologia e design. "Questa associazione è considerata una battaglia, ma a me piace pensare a questo binomio come a una danza. A volte è la tecnologia che guida e a volte è il design, con cui puoi rappresentare quello che la gente vuole. Dietro l'innovazione del guscio-display che si anima, c'è un enorme lavoro di ricerca. Diventa una tela per fare ciò che si vuole, dove i contenuti sembrano fluttuare. In passato si partiva dall'hardware per arrivare al design, adesso questa integrazione fra hardware, software, il digitale e il fisico spinge verso soluzioni più emozionali". With a dreamy expression, Ignacio Germade holds Motorola's latest creation tight in his hands, as if he were a bit jealous



of it. He is the Design Director for Europe, the Middle East and Africa (EMEA), Singapore and India, as well as the director of Motorola's Industrial and Interface Design for the EMEA countries and the regions of South Asia. The creature he holds in his hands is MOTO U9, the new generation of mobile phone "that combines careful design with a spirit and style that results from a fantastic synergy of communications, music and refined elegance". Over the last six years, a period of renewed success for Motorola, the company has adopted an approach of making products that people can feel emotionally tied to, products with a soul. "Contrary to what is normally done, we use technology to create more exciting designs – says Ignacio – we are moving towards emotional design, that is a design that is sensitive to people's emotional side, that touches the part of our emotions that is tied to self expression. The most important thing is how you feel about a product. People choose products because they feel an affinity, because they recognise themselves in the product". And in fact the clamshell-shaped MOTO U9 is certainly an object that inspires emotions: the effect as you hold it in your hand is downright sensual. So light and small, its curvy seamless outer shell just begs to be touched. A borderless external touch display lets you choose music, make calls, and exchange messages, and when you are done, animated screensavers float magically across the phone. Motorola uses technology to improve design, and not just in terms of aesthetics. "We wanted to create something personal and personalizable but very simple and pleasant, something

you want to protect rather than show off, something to keep close like a secret or a treasure". A very original idea or just a lot of research? "Originality doesn't always be the guiding concept. Behind a properly designed object there are a number of criteria that vary according to the different needs in different countries in the world. The phone is perceived as a play of symmetries and colours: black on black, matte on shiny, with contrasts to be discovered as you manipulate the phone in your hand. Overall, the arrangement of the components and the use of materials are perfectly balanced, in an elegant combination of plastics and metal. But there is more: if you place the phone on a black surface, it disappears. When you open it, it reveals its distinctive shape; and when you put it to your ear you see a new view of its symmetries as it cradles the forms of your face". The MOTO U9's avant-garde look is the result of a balanced combination of technology and design. "These two qualities are sometimes considered at odds with each other, but I like to think of the combination as a sort of dance. Sometimes technology takes the lead, and sometimes design, in a quest to create the objects people crave. A huge amount of research went into the creation of the animated shell-display. It becomes a canvas for doing what you like, in which the contents seem to float. In the past, you started with the hardware and then went on to the visual design, now this integration between hardware, software, digital and physical is pushing towards more exciting solutions".

A sinistra, Moto Pebel, precursore di MOTO U9 e segno di un cambiamento di stile. Al centro, MOTO RAZR V8, una nuova generazione di RAZR, il telefono che ha venduto 100 milioni di pezzi nel mondo. A destra, MOTO RAZR V9, riconferma il design distintivo dei nuovi modelli RAZR che sono diventati l'icona di Motorola. At left, Moto Pebel, the forerunner of MOTO U9 and sign of a change in style. At the centre, MOTO RAZR V8, a new generation of RAZR, the telephone that sold 100 million pieces throughout the world. At right, MOTO RAZR V9, reconfirms the distinctive design of the new RAZR models that have become the icons of Motorola.