



Com'erano a giugno 2013

Ogni prodotto è 100% Made in Italy ed è prodotto in piccoli laboratori artigianali indipendenti.

Bypassando i canali tradizionali, riducendo i costi della catena di approvvigionamento e proponendo la vendita direttamente on-line tramite il nostro sito web, LabQuattrocento è in grado di fornire prodotti di alta qualità, fabbricati in Italia, con un design originale ad un prezzo rivoluzionario di 105 eurp, comprese le lenti graduate e i costi di consegna.

Il settore è controllato da poche grandi aziende che mantengono i prezzi alti e hanno spostato i loro processi di produzione in Cina. Oggi abbiamo troppe paia di occhiali realizzati in Cina e pochi prodotti italiani di qualità.

Crediamo che la qualità debba essere accessibile a tutti. L'idea alla base di "Lab Quattrocento" è quello di creare un marchio unico che si ispira al 15° secolo: il Rinascimento italiano.

Il nostro marchio è il risultato dell'incontro di Eugenio e Sharon Ezra. I due founder provengono da settori differenti, uno è un esperto di economia con una lunga tradizione familiare nel mondo degli occhiali, e l'altra una stilista, con un background molto più creativo. Quello che ci lega è la nostra grande passione per il Made in Italy. La nostra missione è quella di rilanciare laboratori artigianali italiani, e così Lab Quattrocento presenta una collezione originale, unica, utilizzando i migliori acetati e metalli italiani.

Abbiamo adottato un innovativo «Home Try On», un sistema di vendita che permette al consumatore di bypassare i negozi di ottica, per provare una scatola di 4 paia di occhiali scelti sul nostro sito direttamente a casa sua, gratuitamente.



## Cosa dicono di Speed MI Up

**Abbiamo chiesto a Eugenio Pugliese, AD e Presidente di QUATTROCENTO EYEWEAR, startup del settore Fashion, di raccontarci la loro esperienza in Speed MI Up.**

**Partiamo dal team, dove tutto ha inizio. Quanti siete e di cosa vi occupate?**

L'idea nasce da Eugenio Pugliese e Sharon Ezra.

Sharon si occupa del prodotto e del brand, lavorato per le migliori aziende di alta moda.

Eugenio cura il business development, formazione in bocconi, esperienza nel mondo della finanza e con tradizione familiare nel mondo dell'ottica.



**Quando è nata l'idea?**

L'idea è nata nell'autunno 2013. Un primo test di mercato si è svolto durante il Fuorisalone del Mobile 2014. Dai primi risultati positivi si è deciso di fare domanda per SpeedMIUp e di costituire la società.

**Quale idea avete presentato a Speed MI Up?**

Un occhiale di alta qualità interamente realizzato da artigiani italiani e comprensivo di lenti graduate venduto on-line a 115 euro. .

**Qual è stato il sostegno che avete ricevuto?**

Grazie a SpeedMIUp siamo entrati in contatto con aziende che stanno sviluppando soluzioni per start-up. Abbiamo potuto inoltre confrontarci con i colleghi di incubatore, imparando reciprocamente dai successi e dagli esperimenti. I tutor hanno saputo darci preziosi feedback sui nostri progetti.

Dal punto di vista economico, abbiamo ricevuto un investimento seed da parte di investitori internazionali.



**Come si è evoluta la vostra idea?**

Siamo partiti da un modello di business che prevedeva una distribuzione principalmente online, ci siamo resi conti che driver di crescita del business era anche il canale offline.

**Qual è il vostro obiettivo?**

Espanderci all'estero, far crescere la quota di fatturato derivante dalle vendite online e aprire negozi monomarca.

**Come si è evoluto il team?**

Il team è attualmente composto da cinque persone a tempo pieno tra cui un ottico, marketing e vendite.

**A che punto siete arrivati?**

Quattrocento è oggi distribuito in più di 40 negozi multimarca in Europa, tra cui La Rinascente a Milano e Wolf & Badger a Londra.

Abbiamo aperto Showroom in corso di Porta Ticinese a Milano dove vendiamo direttamente al pubblico

E' possibile fare una prova virtuale dell'occhiale e sarà presto attivo il servizio di paper try-on.