



QUATTROCENTO



Rinascimento, questione di ottica

Prosegue il nostro viaggio tra le startup di design: il terzo appuntamento è con Quattrocento, nel settore dell'occhialeria

"Il Rinascimento è una rinascita dell'uomo intesa come rinnovamento. La rinascita dell'uomo non è la nascita ad una vita diversa e superumana, ma la nascita ad una vita veramente umana perché fondata su ciò che l'uomo ha di più proprio: le arti, le discipline, la ricerca, che fanno di lui un essere diverso da tutti gli altri della natura e lo rendono veramente simile a Dio, restituendolo alla condizione da cui era decaduto". Non vorremmo sembrare troppo presuntuosi nel prendere in prestito le parole con cui Nicola Abbagnano introduce la filosofia del Rinascimento per provare a interpretare il percorso di [Quattrocento](#), suggerita nel 2015 dal settimanale Forbes tra le startup di design che "bisognerebbe conoscere" in un settore che, secondo l'Ufficio Studi del Cerved (Information Provider e Agenzia di Rating italiana), presenta prospettive di crescita del fatturato del 7,1% nel triennio 2015-2017 (preceduto solo da motocicli e gestione aeroporti). Gli occhiali, accessori del lifestyle quotidiano, fondamentali nella costruzione della propria personalità,

possono essere campo di ricerca e sperimentazione? Può un percorso di design strategico trasferire, al cliente finale di un accessorio moda, una premessa culturale così remota quanto ambiziosa?

Quattrocento è un brand di occhiali di alta qualità, sia da vista sia da sole, rigorosamente Made in Italy. Il nome deriva proprio da uno dei periodi più rivoluzionari e innovatori della storia italiana: il XV secolo. Del passato riprende lo spirito, dal presente ruba lo stile pop-rinascimentale. Quattrocento colloca il suo immaginario nientemeno che sullo sfondo di Giotto di Bondone, da alcuni considerato scaturigine del Rinascimento italiano. A partire da uno dei suoi più noti capolavori, la Cappella degli Scrovegni, Quattrocento ha introdotto proposte che intenderebbero interpretarne le linee geometriche e i colori metallizzati. Il risultato è una palette vivace che passa dal giallo limone, al verde mela, al blu oceano, al rosa pastello.

Quattrocento è il **risultato di una felice intuizione e collaborazione tra Sharon Ezra** (designer e product manager israeliana d'origine ma italiana d'adozione, la quale negli anni ha potuto apprezzare le tecniche del Made in Italy lavorando a stretto contatto con le migliori manifatture) **ed Eugenio Pugliese** (manager, cresciuto nel settore dell'occhialeria fin da piccolo, grazie al negozio di ottica gestito dalla famiglia). A prezzi comunque abbordabili, la collezione punta all'alta qualità artigianale e alla espressione contemporanea del design. Alcuni modelli giocano con silhouette spigolose, altri puntano su linee morbide, altri ancora introducono forme geometriche, per una collezione con cui si può sperimentare, oppure in cui ritrovare i temi consolidati dell'eyewear.

L'azienda, basata a Milano, sviluppa la sua rete commerciale (vendendo occhiali, incluse le lenti graduate) principalmente online, abbattendo così i costi di filiera. Tuttavia, i prodotti sono attualmente distribuiti anche in circa ottanta punti vendita a livello europeo, compresi gli store de La Rinascente.

Se il percorso di costruzione del brand non poteva non essere menzionato,

occorre soffermarsi soprattutto sull'innovazione inerente l'aspetto di customer experience per il settore: il Paper try-on. In altre parole la possibilità di ordinare, tra i diversi modelli a catalogo, una versione di prova in materiale cellulosico. Il "cartamodello" viene spedito a casa gratuitamente, consentendo di provare gli occhiali di persona, per poi eventualmente procedere all'ordine.

About Author



Andrea Ciotti

Si laurea alla Facoltà di Design del Politecnico di Milano. Cura e promuove progetti dedicati all'arte, all'architettura e al design. Collabora con Miralles Tagliabue (Barcellona), Ilkka Suppanen (Helsinki), Deep Design (Milano), Umbrella (Treviso/Milano) coordinando progetti di architettura, design, comunicazione integrata e design management. Dal 2009 con lo studio Arcode di Varese sviluppa progetti interdisciplinari legati all'architettura, al design e alla comunicazione per enti pubblici, istituzioni, clienti privati.

Realizza progetti e prodotti per aziende design oriented, tra le quali: Zumtobel, 3F-Filippi, Bosa, Norlight brand di Castaldi Lighting, Pedrali, Ferrero, Castelli-Haworth, Targetti, Cappellini. Insegna al Politecnico di Milano e all'Accademia di Architettura di Mendrisio. Dal 2010 è collaboratore alla didattica nel laboratorio di Medical e sport design dell'Università Iuav di Venezia. Numerosi i premi ricevuti, tra i quali la selezione nella XXI edizione del Compasso d'Oro ADI con il sistema trave testaleto

Next progettato per Norlight

[See author's posts](#)

 [Condividi](#)