

ROMINA

Creative Director

Brand Identity

TOSI

Dal concept al mercato:
costruire universi visivi,
prodotto e valore reale.

Fashion Strategy

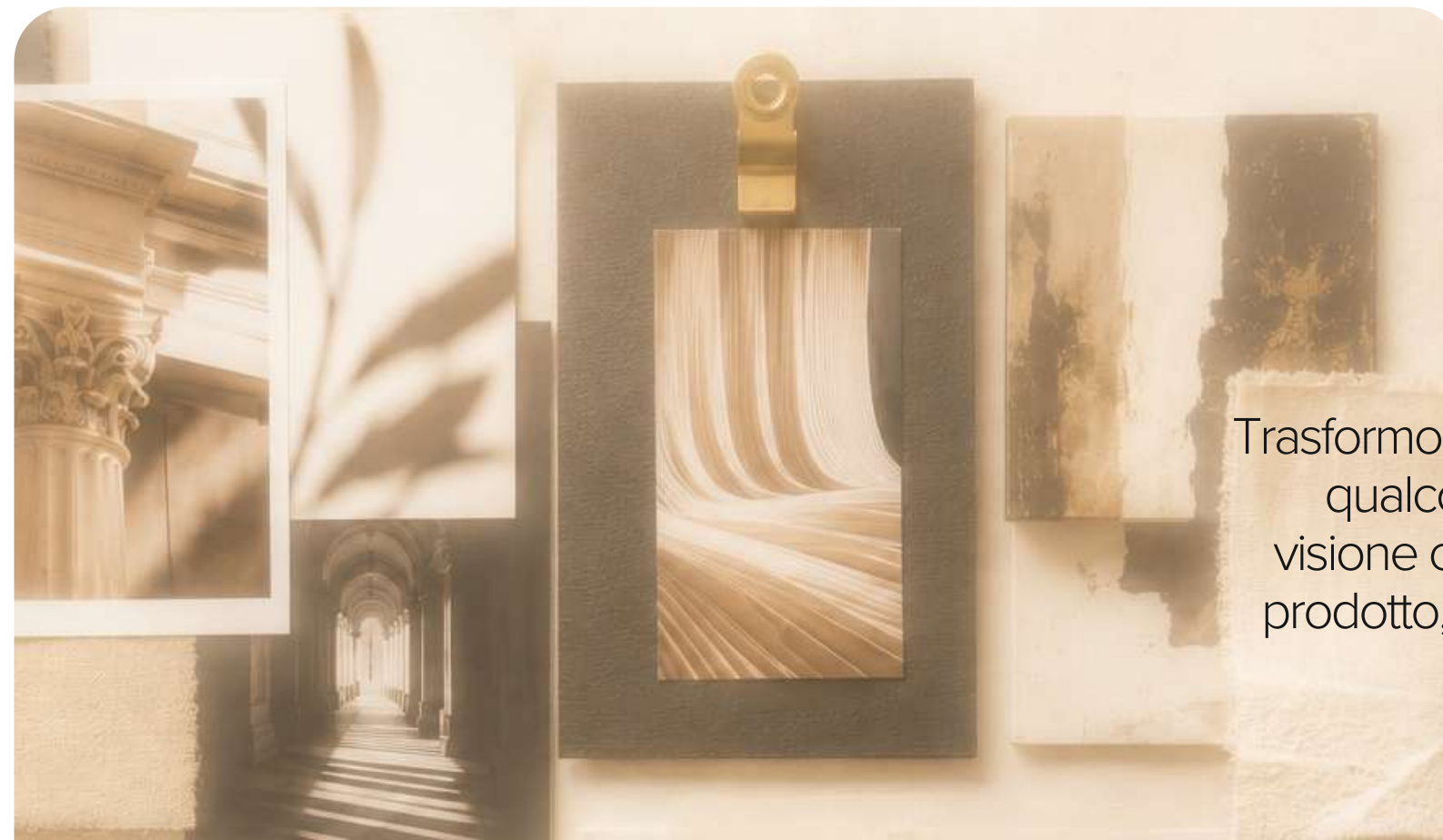
Portfolio





CHI SONO

Sono una Creative Director, Brand Manager e Fashion Strategist con oltre trent'anni d'esperienza nella moda luxury, premium e contemporary. Unisco visione creativa, metodo industriale e sostenibilità economica: Trasformo il DNA del brand in collezioni coerenti, immagini riconoscibili, storytelling e prodotti desiderabili.



Trasformo ciò che è banale in qualcosa di speciale: una visione creativa che diventa prodotto, immagine e valore

MODA



LUSSO ACCESSIBILE

cura, coerenza, qualità percepita

CULTURA CONTEMPORANEA

trend, comportamento, desiderio

SOSTENIBILITA' ECONOMICA

bellezza che funziona nel tempo

ART DIRECTION EDITORIALE

ritmo, immagine, narrazione

BRANDING

identità leggibile e riconoscibile

COME LINGUAGGIO DI BRAND

La moda è un sistema vivo:
estetica, prodotto, prezzo,
comunicazione e mercato
devono raccontare la stessa
storia



UNA STORIA NON UN CATALOGO

01 - BREND ECOSYSTEM

02 - BRAND DIRECTION

03 - LICENSING & IDENTITY

04 - COLLECTION COORDINATION

05 - PREMIUM PRODUCT PRODUCT PROCESS

06 - BRAND CREATION & CREATIVE LEADERSHIP

07- FOUNDATION

08 - WORLD BUILDING

01 – BRAND ECOSYSTEM

The Last Fasion.

Direzione creativa e management per i brand proprietari, private label italiane ed estere.

Coordinazione consulenti esterni, clienti, design, prototipia, produzione e marketing.

Risultato

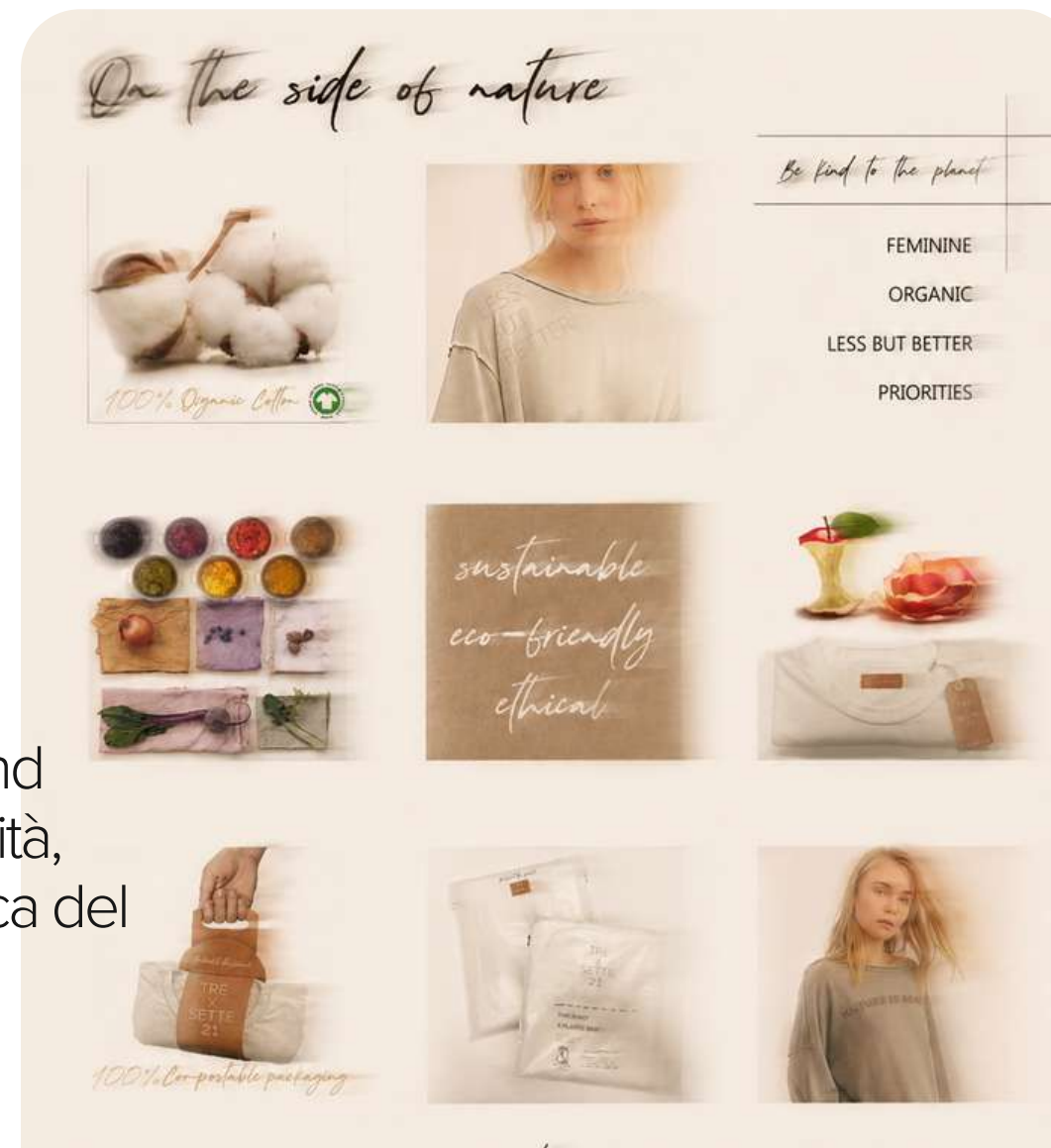
Costruzione di un linguaggio di brand riconoscibile, capace di unire creatività, accessibilità e sostenibilità economica del prodotto.

Obbiettivo

Definire un'identità distintiva per brand proprietari e private label, traducendo esigenze di mercato in un linguaggio creativo riconoscibile.

Idea

Costruire un linguaggio contemporaneo attraverso stampe, ricami, trattamenti e interventi artigianali capaci di differenziare la collezione.



Intuizione

La personalità del prodotto nasce dall'equilibrio tra dettagli, materia, colore e percezione del valore.

Esecuzione

Direzione creativa e coordinamento dell'intero processo: ricerca, sviluppo prodotto, fornitori, prototipia, produzione, comunicazione e marketing.



On the side of nature



Be kind to the planet

FEMININE

ORGANIC

LESS BUT BETTER

PRIORITIES



sustainable
eco-friendly
ethical



Coffee



Cumin



Moss
lichens



Madder



Blueberry



WE CAN CHANGE THE WORLD WITH A LITTLE THINGS

A BETTER US IS COMING

Designed by

T L A S T
H E F A S H I O N ®



Ricerca

Lettura trend, mercato e competitor per definire territorio visivo e opportunità di differenziazione

Moodboard

Costruzione di riferimenti estetici, palette, materiali, silhouette e storytelling



Collezione

Dalla struttura merceologica al campionario: timing, costi, qualità/prezzo, fitting e prototipi.

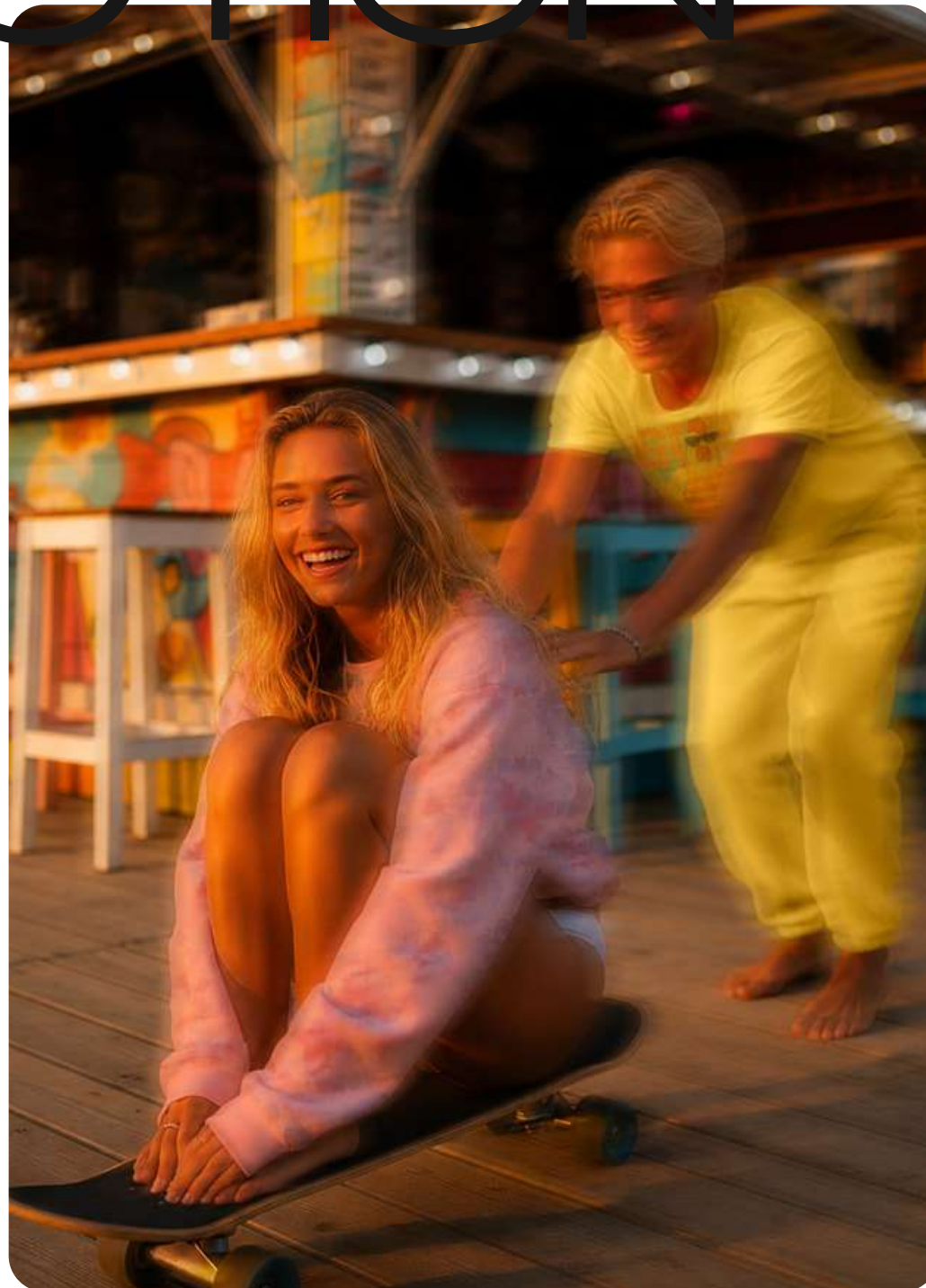
Go to market

Showroom, retail, presentazione alla rete vendita, comunicazione, ADV e contenuti digitali.



02 - BRAND DIRECTION

METODO DI SVILUPPO:
DAL CONCEPT AL
MERCATO



OBBIETTIVO

Gestire una crescita di collezione su larga scala preservando identità, qualità percepita e coerenza del brand.

INTUIZIONE

La creatività diventa valore quando è sostenuta da metodo, organizzazione e controllo del processo.

IDEA

Creare collezioni riconoscibili e scalabili in cui design, merchandising e immagine lavorano in modo integrato.

ESECUZIONE

Coordinamento del team creativo, sviluppo prodotto, fornitori, costi, pricing, qualità e relazione con la rete vendita.

RISULTATO

Rafforzamento dell'identità del brand attraverso un processo di sviluppo più strutturato, con maggiore controllo di tempi, qualità e coerenza stilistica.



03 - LICENSING & IDENTITY



BEAUTIFUL TOGETHER

CUSTODIRE DNA E DESIDERIO

Obiettivo

Interpretare il DNA di un brand in licenza mantenendone riconoscibilità, desiderabilità e rilevanza nel mercato contemporaneo.

Intuizione

Una licenza di successo nasce dall'equilibrio tra rispetto dell'identità originale, evoluzione creativa e sostenibilità del prodotto.

Idea

Rinnovare il linguaggio stilistico preservando i codici distintivi del brand e il rapporto con il cliente finale.

Esecuzione

Direzione creativa, sviluppo collezione, immagine, comunicazione e coordinamento tra creatività, produzione e mercato.

Risultato

Evoluzione del linguaggio del brand nel rispetto del suo DNA, garantendo continuità stilistica, rilevanza contemporanea e coerenza commerciale.



obbiettivo

British eclettica + femminilità contemporanea. Un codice immediatamente leggibile

esecuzione

Direzione creativa, sviluppo collezione, visual storytelling e allineamento con mercato.

PAPERLACE

Ki ♡ ?

WHO ARE YOU?

intuizione

Un guardaroba femminile, elegante e ironico con un occhio a passato, presente e futuro.

Risultato

Continuità di linguaggio per 6 stagioni, dall' AI 19 all' AI 22

Obbiettivo

Romanticismo, indipendenza e femminilità possono convivere in un'immagine contemporanea

Esecuzione

Sviluppo collezione, identità visiva, coordinamento prodotto e comunicazione

Intuizione

Una brand experience centrata su bellezza, individualità ed empowerment femminile.

Risultato

Due stagioni chiave, AI 21 e PE 22 con visione chiara e distintiva



04 - COLLECTION COORDINATION



Marina Rinaldi - Max Mara

Coordinamento e design del processo di sviluppo fino al campionario con attenzione a fattibilità, DNA del brand e obiettivi commerciali.

Obiettivo

Trasformare l'idea creativa in una collezione realizzabile, mantenendo gli standard qualitativi e il DNA del brand.

Intuizione

La qualità percepita nasce dal dialogo continuo tra creatività, tecnica, materiali e fattibilità produttiva.

Idea

Trovare l'equilibrio tra eleganza, vestibilità, innovazione e aspettative del mercato.

Esecuzione

Coordinamento del processo di sviluppo: schizzi, modellistica, materiali, fitting, fornitori, costi, listini e presentazione della collezione.

Risultato

Traduzione della visione creativa in un prodotto industrializzabile, coerente con il posizionamento del brand e gli obiettivi commerciali.

05 - PREMIUM PRODUCT PROCESS

SVILUPPO CAMPIONARIO
E COORDINAMENTO
OPERATIVO SU UNA
LINEA PREMIUM CON
FOCUS SU PROTOTIPI,
FITTING, COSTI, MARK-UP
E PRESENTAZIONE
VENDITA



OBBIETTIVO

Supportare lo sviluppo di una linea premium garantendo qualità, fattibilità tecnica e coerenza con il posizionamento del brand.

INTUIZIONE

Nel prodotto premium ogni dettaglio deve contribuire alla percezione di valore e alla riconoscibilità della collezione.

IDEA

Costruire un denim e casualwear dal linguaggio contemporaneo, con equilibrio tra stile, qualità e mercato.

ESECUZIONE

Gestione dello sviluppo campionario, prototipi, fitting, fornitori, costi, listini e presentazione alla rete vendita.

RISULTATO

Maggiore integrazione tra sviluppo prodotto, fattibilità tecnica e posizionamento premium della collezione.

06 - BRAND CREATION &



OBBIETTIVO

Creare un nuovo brand di moda contemporanea partendo da zero.

INTUIZIONE

linguaggio visivo riconoscibile e una relazione coerente tra prodotto, narrazione e percezione.

IDEA

Creare identità estetica, sviluppo prodotto e strategia commerciale.

ESECUZIONE

Coordinamento del progetto garantendo coerenza tra visione creativa ed esigenze del mercato.

RISULTATO

Creazione di un'identità di marca distintiva e di un universo prodotto coerente

CREATIVE LEADERSHIP



Obiettivo

Trasformare la presentazione del prodotto in uno strumento strategico di comunicazione, creando soluzioni di etichettatura e packaging capaci di rafforzare l'identità del brand e valorizzare la percezione del cliente.

Intuizione

Sono spesso i dettagli più piccoli a creare il legame emotivo più forte con un brand. Etichette e packaging non sono semplici accessori, ma elementi essenziali dell'esperienza di marca.

Idea

Progettare un linguaggio visivo e sensoriale coerente, in cui materiali, grafica, informazioni e dettagli di finitura comunicano i valori, la qualità e la personalità del brand.

Esecuzione

Sviluppo di sistemi di etichettatura, concept di packaging, selezione dei materiali, direzione grafica, organizzazione delle informazioni e coordinamento tra esigenze creative, tecniche e produttive.

Risultato

Creare un'esperienza di marca coerente in ogni punto di contatto con il prodotto, aumentando il valore percepito, il riconoscimento del brand e il coinvolgimento emotivo del cliente.

07 - FOUNDATION



Le fondamenta creative: ricerca tendenze, moodboard, total look, tessuti, fitting, preproduzione e prodotto orientato al mercato.

Obbiettivo

Sviluppare collezioni capaci di tradurre ricerca creativa e tendenze in un prodotto desiderabile e vicino al target.

Intuizione

Un prodotto commerciale diventa distintivo quando nasce da una visione chiara, ricerca e attenzione ai codici del brand.

Idea

Esplorare materiali, trattamenti, volumi e dettagli per costruire un linguaggio contemporaneo e riconoscibile.

Esecuzione

Ricerca tendenze, disegno, sviluppo prodotto, scelta di materiali, fitting, fornitori, assortimenti e relazione con marketing e vendita.

Risultato

Costruzione di un approccio progettuale orientato al mercato, dove creatività, prodotto e identità dialogano in modo coerente.

08 - WORLD BUILDING



Tradizione

memoria, archivio, qualità

Pop

energia, colore, immediatezza

Made In Italy

processo, cura, prodotto

Dettagli

contenuto, e-commerce, storytelling

Naturale

texture, imperfezione, dettaglio

REFERENCES

Fotografia, miniature, giardinaggio, grafica, planner 3D, pittura, cucina creativa: il mio immaginario nasce anche fuori dalla moda.
Osservo forme, proporzioni, atmosfere, texture, gesti quotidiani.



VISIONE FUTURA

Creo connessioni tra identità, prodotto e mercato.
Aiuto brand, aziende e realtà creative a costruire o evolvere un
linguaggio riconoscibile, trasformando la visione in collezioni,
esperienze e strategie con valore concreto e duraturo.
Il mio obiettivo è creare comunità: una visione che non si esaurisce
in una stagione, ma costruisce valore, prodotto, identità e relazione
con il mercato



IL MIO SISTEMA CREATIVO

Un metodo che collega intuizione, prodotto, immagine e business.

01

INTUIZIONE
capire brand, cliente,
competitor, desiderio

02

VISIONE
definire territorio,
mood, tono,
messaggio

03

PRODOTTO
struttura collezione,
materiali, prezzo,
qualità

04

IMMAGINE
campagna ADV,
showroom, contenuti,
sito

05

MERCATO
timing, marginalità,
sostenibilità
economica e crescita
del brand

ROMINA TOSI



CREO CONNESSIONI.
TRASFORMO VISIONI
IN VALORE REALE.

Collaboro con brand, aziende e realtà creative per costruire, evolvere e riposizionare identità di marca, trasformando visioni strategiche in collezioni, prodotti ed esperienze con valore concreto e duraturo.

AREE DI COMPETENZA

Direzione Creativa

Strategia e Posizionamento del Brand

Identità del Brand e Rebranding

Architettura di Collezione e Visione di Prodotto

Licensing ed Estensione del Brand

Sviluppo Prodotto e Strategia di Go-to-Market

Parma, Italia

0039 3485609898

romina.tosi@gmail.com

<https://www.rominatosi-tatastyle.com>

www.linkedin.com/in/romina-tosi-tatastyle

PERCHÉ UN GRANDE BRAND
NON NASCE PER CASO.
SI COSTRUISCE NEL TEMPO