Tomatdesign
Brand Development

Portfolio

© 2026 Tomatdesign

О нас

Tomatdesign — креативное брендинговое агентство, основанное в 2005 году в Москве. Мы специализируемся в области создания всех видов коммуникации бренда — от исследования и стратегии до разработки комплексных дизайн-решений для корпоративного и потребительского рынков.

© 2026 Tomatdesign

Награды

Наши работы удостоены более 100 наград международных
и национальных фестивалей дизайна и рекламы.

© 2026 Tomatdesign

Клиенты

Мы работаем с компаниями из самых разных отраслей экономики. Это помогает нам лучше понять специфику той или иной отрасли и в дальнейшем использовать накопленный опыт.

Alfa Stone
Aqualife
Autojack
Azersun Holding
Burgundy
Campina
Cosmomedica
Dolly Dreams
Helen Baden
J8 Club Russia
Joom
Johnson & Johnson
MedAbout.me
Meesenburg
Minime Pets
Neemble
Pit Stop Cafe
PosterMarketHome
Publish
Punkt E
Smoky Island
Sreda Production Company
Syssoft
Tekta Group
T-Platforms
Wow How
Yota devices
Zeronix
Акорекс Сибирь
Бочкари
Ведис Групп
Георгиевское подворье
Дантистофф
Евраз
Здесь Аптека
Золотая Балка
Интерфакс
Крок
Лукойл Экто
Молвест
Орлёнок ВДЦ
Продо Холдинг
Русагро
Самолёт Девелопмент
Сарепта
Связной Банк
СПБ Реновация
Супрэмо
Таврида Электрик
Таргин
Урюк
ЦИП
Экспобанк
Экспоцентр
Юнсен
Яблоков

© 2026 Tomatdesign

Фирменный стиль

© 2026 Tomatdesign

Дантистофф

«Дантистофф» — многопрофильная стоматология с научным подходом. Проведённое исследование показало, что доверие пациентов начинается с понятных объяснений, поэтому основой новой концепции бренда стал научно-популярный подход — говорить о сложной медицине простым языком.

Ребрендинг объединил платформу бренда, фирменный стиль, навигацию, иллюстрации, фотостиль и оформление пространств в единую систему коммуникации. Познавательные научные факты стали частью брендинга, продолжая идею открытого диалога с пациентом на каждом этапе взаимодействия.

Что сделано:
– Позиционирование
– Платформа бренда
– Фирменный стиль
– Оформление клиник
– Навигация
– Brand Guidelinea

Клиент:
Сеть клиник «Дантистофф»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Punkt E

Punkt E — крупнейший частный оператор зарядных станций для электромобилей в России.

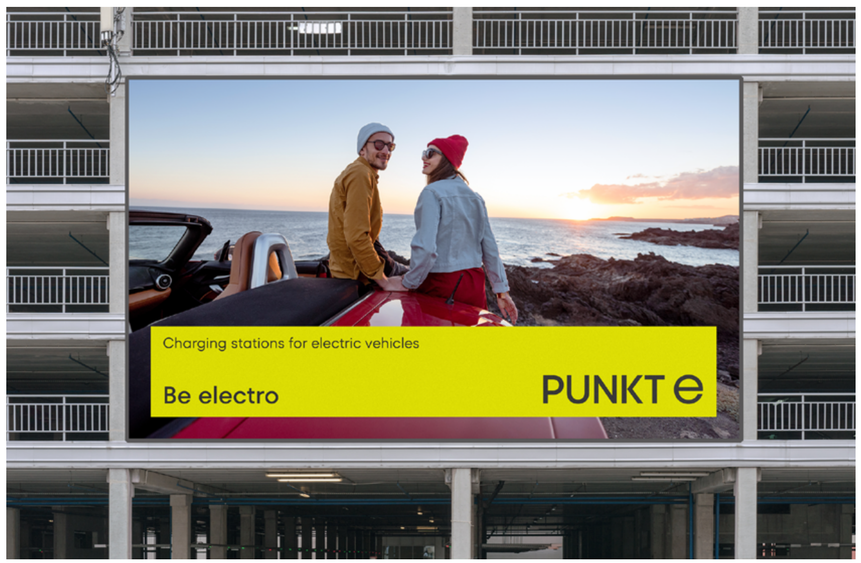
В 2019 году был запущен стартап по установке электрозарядных станций Tok Box. В процессе развития у компании появились амбициозные цели — создать инновационную масштабируемую зарядную инфраструктуру с использованием лучшего оборудования и современных IT-решений, обеспечивая устойчивое развитие электромобильности в России.

Что сделано:
– Позиционирование
– Название бренда
– Платформа бренда
– Фирменный стиль
– Дизайн-система оформления мест зарядки
– Сайт
– Brand Guideline

Клиент:
Компания Tok Box

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Twelve

Twelve — это современное жильё на юге Москвы. Удобное расположение, продуманные детали и архитектурные решения — делают комплекс не просто комфортным для жизни в большом городе, а превращают его в настоящий Дом, с атмосферой тепла и уюта.

Помимо адреса, символическое число 12 в названии выражает позиционирование бренда — быть важным этапом в жизни человека, точкой опоры, которая даёт возможность двигаться дальше.

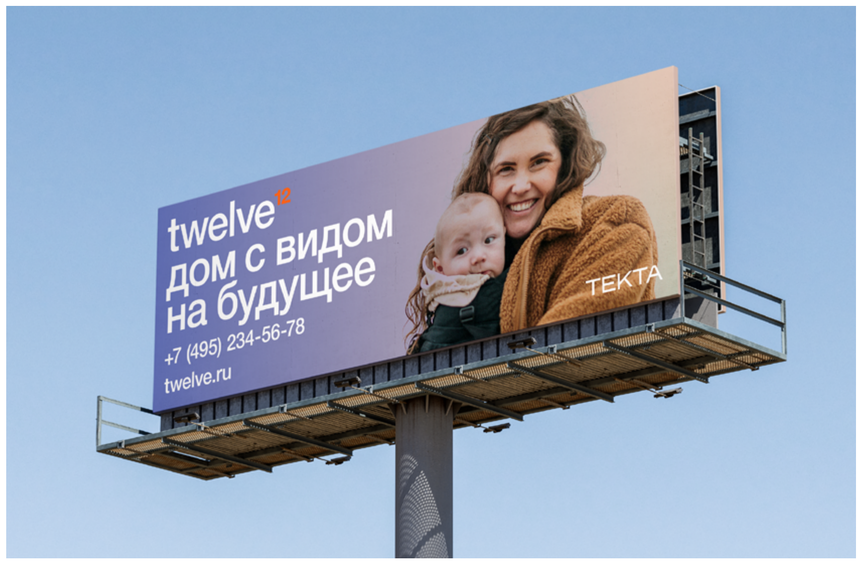
Что сделано:
– Концепция позиционирования бренда
– Название бренда
– Фирменный стиль
– Brand Guideline
– Реклама

Клиент:
Tekta Group

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Burgundy

Компания Burgundy поставляет в Россию вина Бургундии и других не менее именитых регионов Франции. Цели компании — собрать уникальную коллекцию и сделать её доступной для ценителей вин, коллекционеров, ресторанов и бутиков.

Для Burgundy было важно создать айдентику, которая бы транслировала камерный, изысканный, но не отпугивающий пафосом образ, тонко отсылающий к истории и традициям виноделия.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Оформление фасадов
– Упаковка Takeaway
– Униформа персонала
– Brand Guideline

Клиент:
Burgundy Wine

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Zeronix

Zeronix — компания, которая занимается сбором и переработкой отходов во вторичное сырьё, а также популяризирует актуальную сегодня концепцию жизни «zero waste» — идею нулевого воздействия на окружающую среду, когда все без исключения отходы перерабатываются в новые продукты или полезную энергию.

Нашей задачей являлась разработка названия и визуальной идентичности, которые бы отражали эту глобальную концепцию и были понятны максимальному числу людей в разных странах. Простота, чистота, открытость, минимализм, баланс, разумное использование — это не дань моде, а основополагающие принципы компании, которые легли в основу стратегии дизайна.

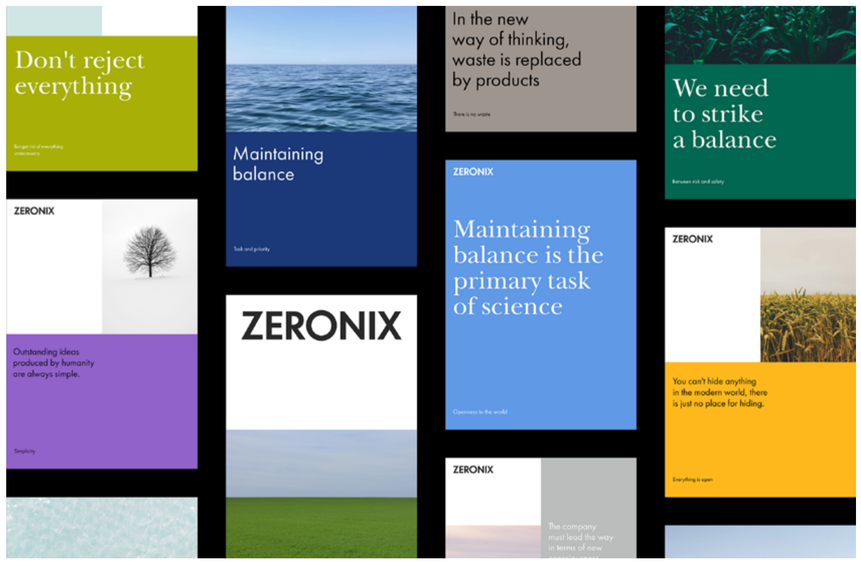
Что сделано:
– Концепция позиционирования бренда
– Название бренда
– Фирменный стиль
– Слоган
– Brand Guideline

Клиент:
Zeronix

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Ever

Ever — жилой комплекс на юго-западе Москвы. Авторов архитектурного проекта вдохновляла идея восточного сада, в котором природу не преображают, а вписывают в замысел художника — дизайнер и природа становятся соавторами. Сохранить ландшафт и при этом создать свой особенный характер для разных участков двора, сочетать камерные и открытые пространства, низкий и высокий ярусы, разные фактуры и материалы — такими были основные принципы архитектурно-ландшафтной концепции. Они же должны были отразиться в названии и айдентике бренда.

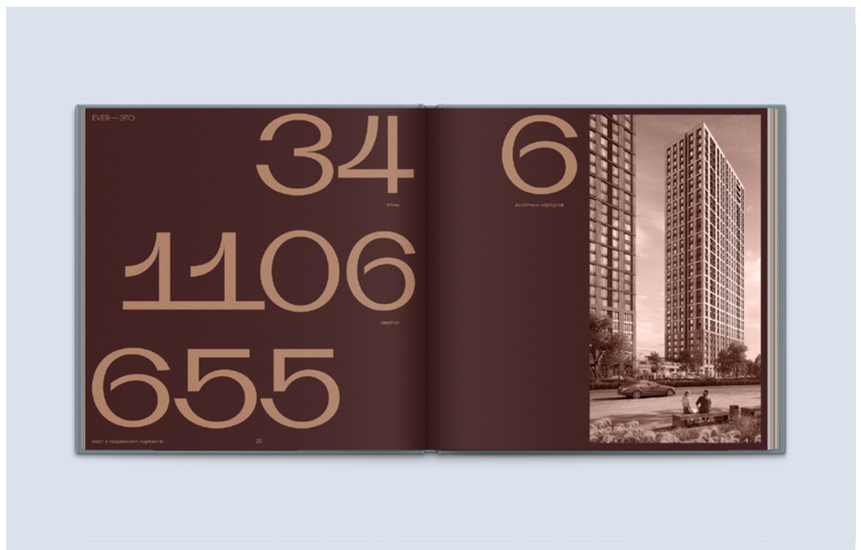
Что сделано:
– Название бренда
– Фирменный стиль
– Рекламные кампании
– Книга о продукте
– Brand Guideline

Клиент:
Tekta Group

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Knock Knock

Постельное белье, текстиль, вещи для дома в стильном минималистичном исполнении и европейский уровень сервиса — главные преимущества Knock Knock. Мы разработали для нового бренда название, позиционирование, фирменный стиль, сайт и коммуникационную стратегию.

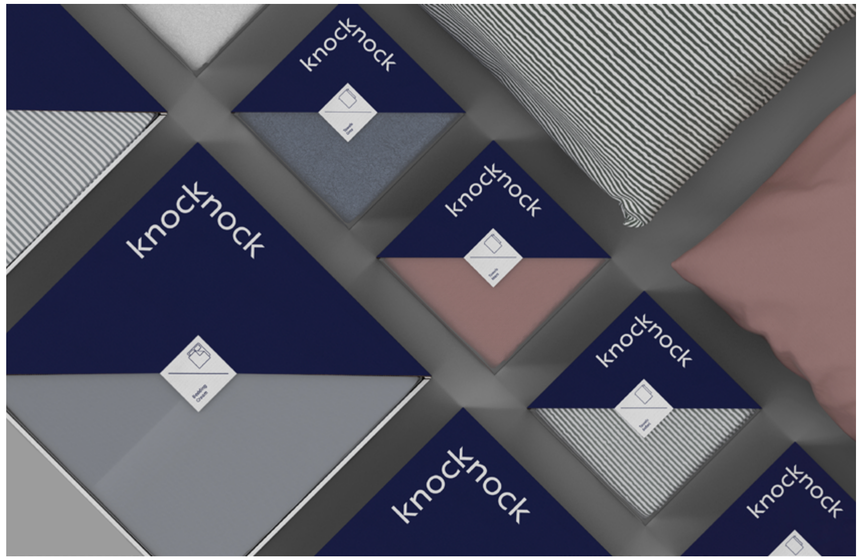
Что сделано:
– Название бренда
– Позиционирование
– Коммуникационная стратегия
– Фирменный стиль
– Упаковка продукта
– Сайт
– Brand Guideline

Клиент:
Стартап

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Grand Урюк

Сеть ресторанов «Урюк» расширилась с целью привлечь более молодую и активную аудиторию. На рынке появились обновлённые заведения с неожиданным Grand в названии и кардинально изменившимися стратегией и айдентикой бренда.

Что сделано:
– Позиционирование
– Коммуникационная стратегия
– Фирменный стиль
– Концепция рекламного продвижения
– Упаковка Takeaway
– Brand Guideline

Клиент:
Сеть ресторанов «Урюк»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

PitStop Cafe

До ребрендинга сеть быстрого питания PitStop в формате Fix Price предлагала посетителям стандартный для рынка стритфуда набор услуг: экспресс-обслуживание, справедливые цены и широкий ассортимент.

Переход заведений на более высокий количественно-качественный уровень и планы по внедрению франчайзинга побудили пересмотреть визуальную платформу и стратегию продвижения сети.

Что сделано:
– Позиционирование
– Платформа бренда
– Коммуникационная стратегия
– Фирменный стиль
– Дизайн-система оформления кафе
– Упаковка Takeaway
– POS-материалы
– Униформа персонала
– Brand Guideline

Клиент:
Сеть кафе PitStop

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

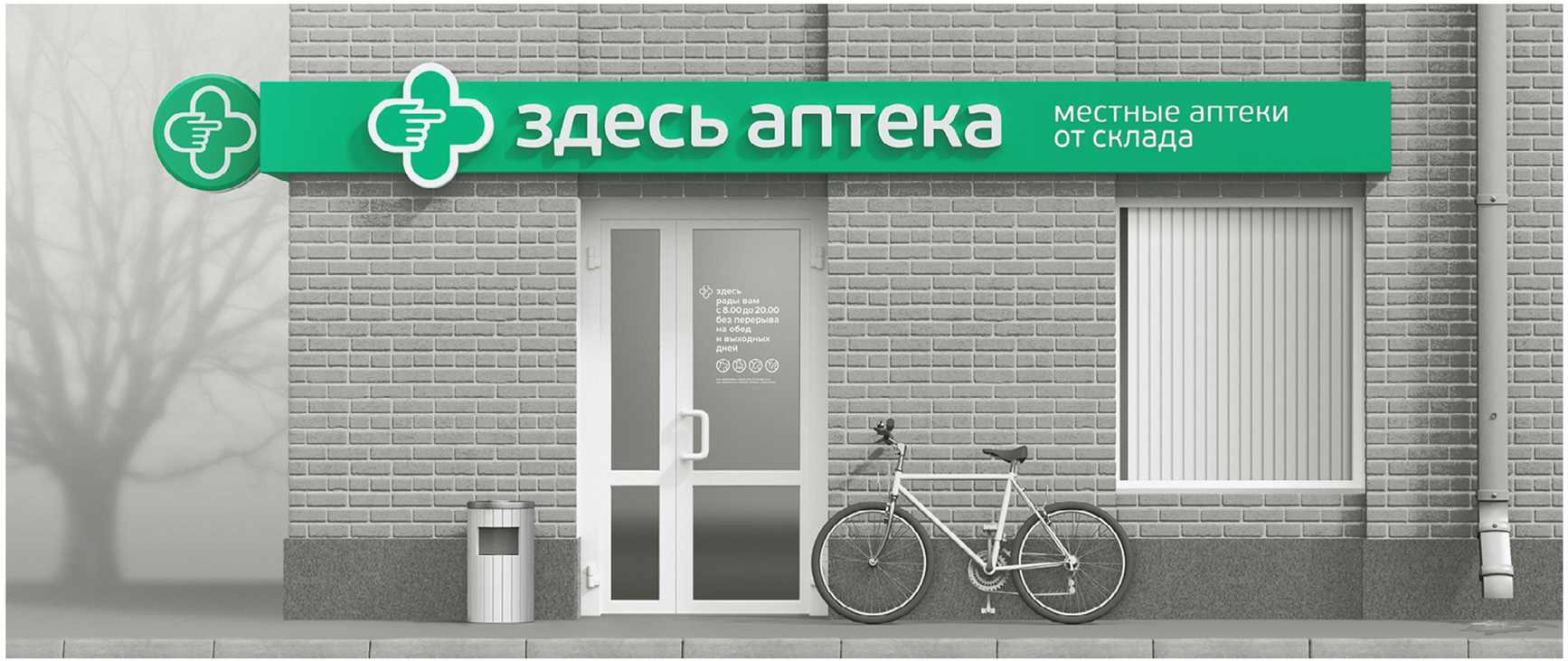
Здесь Аптека

Мне не нужен брендинг, мне нужен пластырь!
«Здесь Аптека» — сеть аптек-дискаунтеров. Необходимо было подчеркнуть доступность бренда для обычного человека, выделиться из ряда других аптек, создать простой, дружелюбный, запоминающийся образ.

Что сделано:
– Название бренда
– Позиционирование
– Платформа бренда
– Коммуникационная стратегия
– Фирменный стиль
– Дизайн-система оформления аптек
– Рекламные кампании
– Упаковка Private Label
– Brand Guidelines

Клиент:
Холдинг «Здравсервис»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Break-fast

Break-fast сфокусировалась на современной молодежи. Позиционирование отразило их привычки и тем самым помогло бренду стать ближе к целевой аудитории — проще говоря, влиться в «местную тусовку».

Для ядра целевой аудитории — молодых людей 20-30 лет — характерно использование англицизмов в общении друг с другом: update, weekend, handmade, superman. Список этот бесконечный, а некоторые из слов настолько впитались в разговорную речь, что без них уже как-то не айс :)

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Дизайн-система оформления кофеин
– Упаковка Takeaway
– Униформа персонала
– Brand Guideline

Клиент:
Холдинг «Здравсервис»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Al Market

Al Market — сеть магазинов формата hard-discounter в Азербайджане. Наша команда была привлечена для разработки логотипа и фирменного стиля сети.

В качестве логотипа мы выбрали простой образ низких цен – знак процента. Этого было достаточно для обозначения формата жесткого дискаунтера, и все остальные элементы айдентики было решено делать вне привычных для сегмента решениях — мы придумали систему общения логотипа с потребителями.

Интерактивность предполагало само название сети — слово «AL» означает «бери/покупай». Изменяя привычное «маркет» на название продукта, фразу или изображение, мы получаем широкий спектр различных сообщений.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Упаковка Private Label

Клиент:
Azersun Holding

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Золотая Балка

«Золотая Балка» — один из старейших заводов по производству вин: он работает с 1889 года. В наше время в его истории начался новый этап — серьезная реновация с инвестициями в производство, полным переоборудованием, развитием элитного виноделия.

Что сделано:
– Редизайн визуальных атрибутов бренда
– Фирменный стиль
– Оформление ивент мероприятий
– Сайт
– Промоупаковка
– Продуктовые и имиджевые фотосессии
– Brand Guideline

Клиент:
Золотая Балка

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Упаковка

© 2026 Tomatdesign

A L VS

Aliev’s Cosmetics — авторский бренд по уходу за кожей, созданный пластическим хирургом Сеймуром Алиевым. Целевая аудитория — успешные женщины, которые постоянно находятся в центре внимания и любят подчеркнуть свою исключительность с помощью вещей «не для всех».

Метафора бренда сосредоточена вокруг трёх образов: Игра, Оружие, Власть. Игра — ключевой мотив, источник вдохновения. Оружие — мужской атрибут, присвоенный женщиной для обретения силы и свободы. Власть воплощена в стиле имперского неоклассического ампира с типографикой эпохи классицизма, символизируя абсолютное главенство.

Что сделано:

– Позиционирование
– Платформа бренда
– Название бренда
– Фирменный стиль
– Дизайн упаковки
– Сайт
– Brand Guideline

Клиент:
Dr. Aliev’s Cosmetics

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Cosmomedica

Линейку косметических средств Cosmomedica создала врач дерматолог-косметолог Елена Кондрашёва. Уникальным преимуществом продукции являются высокоэффективные ингредиенты и рецептуры, на базе которых создаётся действительно работающая косметика.

Минималистичный дизайн упаковки отсылает к эстетике научных выжимок и стерильной лабораторной среды. Сложные данные перенесены с оборота на лицевую сторону в лаконичной форме. Ничего лишнего — только доказанная клиническая эффективность и научная экспертиза.

Что сделано:

– Название бренда
– Позиционирование
– Фирменный стиль
– Дизайн упаковки
– Brand Guideline

Клиент:
Cosmomedica

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Сарепта

История возникновения горчичного производства в России началась в 18 веке. На приеме у Екатерины II граф Бекетов попробовал её любимый деликатес. Это было горчичное масло, которое Екатерина заказывала к императорскому столу из Англии. Бекетов пообещал вырастить на российских землях горчицу, масло которой будет по вкусу лучше английского.

Что сделано:

– Позиционирование бренда
– Архитектура бренда
– Фирменный стиль
– Дизайн упаковки

Клиент:
Компания «Сарепта»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Plan B

Энергетический напиток «Plan B» предназначен для людей, которым в жизни нужна альтерна-тива — заряд от новых эмоций и впечатлений, ощущение, что время прошло с пользой.

«Plan B» поможет побороть «притяжение дивана» и даст энергию на приятные моменты жизни.

Что сделано:
– Айдентика бренда
– Дизайн упаковки
– Коммуникационная стратегия
– Рекламная кампания
– Brand Guideline

Клиент:
Компания «Экто»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Vitasystem

Витаминная вода Vitasystem — напиток с лёгким фруктовым вкусом, альтернатива простой воде и сладким, но не полезным соку и газировке. Vitasystem создаётся для жителей современных городов, где актуален поиск баланса между активной жизнью и бережным отношением к своему здоровью.

Нашей задачей было разработать айдентику торговой марки, дизайн упаковки для линейки продукта и идею для рекламного продвижения.

Что сделано:
– Айдентика бренда
– Дизайн упаковки
– Рекламная кампания
– POS-материалы
– Brand Guideline

Клиент:
Компания «Экто»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Напитки из Черноголовки

«Напитки из Черноголовки» — один из наиболее популярных брендов лимонадов не только в России, но и за её пределами. Очередным шагом в развитии и укреплении бренда стал полный редизайн его визуальных атрибутов, а также этикеток всей продуктовой линейки.

Что сделано:
– Редизайн визуальных атрибутов бренда
– Дизайн упаковки
– Создание авторских иллюстраций
– POS-материалы

Клиент:
Компания Aqualife

Посмотреть кейс





до



после

© 2026 Tomatdesign

Baikal

Питьевая вода класса премиум добывается на глубине 400 метров, непосредственно из скважины на озере Байкал. Символом бренда стал образ старика Байкала — популярного персонажа многих мифов народов Бурятии.

Что сделано:
– Айдентика бренда
– Дизайн упаковки
– Структурный дизайн

Клиент:
Компания Aqualife

Посмотреть кейс





© 2026 Tomatdesign

Al Market (Private Label)

Al Market — сеть магазинов формата hard-discounter в Азербайджане. Наша команда была привлечена для разработки логотипа и фирменного стиля сети.

В качестве логотипа мы выбрали простой образ низких цен – знак процента. Этого было достаточно для обозначения формата жесткого дискаунтера, и все остальные элементы айдентики было решено делать вне привычных для сегмента решениях — мы придумали систему общения логотипа с потребителями.

Интерактивность предполагало само название сети — слово «AL» означает «бери/покупай». Изменяя привычное «маркет» на название продукта, фразу или изображение, мы получаем широкий спектр различных сообщений.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Упаковка Private Label

Клиент:
Azersun Holding

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Minime

Компания Minime Pets производит промышленным способом свежую, без консервантов и ароматизаторов, еду для домашних животных под маркой minime. Через год после запуска бренда стало ясно, что для упаковки продукта требуется более выразительный дизайн.

Что сделано:
– Редизайн визуальных атрибутов бренда
– Дизайн упаковки
– Создание авторских иллюстраций
– POS-материалы

Клиент:
Minime Pets

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

JC Dark Lager

Пиво сварено и названо в честь известного винодела Жана Клода (Jean Claude), любителя яхт и поклонника тёмного пива. В дизайне упаковки особое внимание уделено именно его страсти к яхтам.

Что сделано:
– Идея торговой марки
– Айдентика бренда
– Дизайн упаковки

Клиент:
SPI Group

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Здесь Аптека (СТМ)

Фармацевтическая компания «Здравсервис» — крупный региональный поставщик лекарственных средств и изделий медицинского назначения запустил сеть аптек-дискаунтеров.

В рамках комплексного проекта для бренда аптечной сети «Здесь Аптека» командой Tomatdesign был разработан дизайн упаковки собственной торговой марки. Нужно было создать простой, запоминающийся образ, подчеркнуть доступность продукта для обычного человека.

Что сделано:
– Название бренда
– Позиционирование
– Платформа бренда
– Коммуникационная стратегия
– Фирменный стиль
– Дизайн-система оформления аптек
– Рекламные кампании
– Упаковка Private Label
– Brand Guidelines

Клиент:
Холдинг «Здравсервис»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Barakoni

Храм Богоматери Баракони — памятник грузинской средневековой архитектуры. Церковь построена на склоне у реки Риони, где местные монахи уже несколько столетий выращивают виноград, делая из него вино.

К юбилейному урожаю настоятель храма организовал выпуск премиальной линейки вин под торговой маркой Barakoni. Нашей задачей было разработать дизайн упаковки, который передаст атмосферу священного места и расскажет историю возникновения вина.

Что сделано:
– Дизайн упаковки
– Создание авторской иллюстрации
– POS-материалы

Клиент:
Храм Богоматери Баракони

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Реклама

© 2026 Tomatdesign

AIR

Рекламная кампания для БЦ «AIR».

Для первого выхода проекта в «образовательное» пространство, важно, чтобы идея рекламной кампании выходила из философии бренда, была крепко завязана с ним, например, с его названием.

А для передачи сути нет ничего более важного, чем реальные данные. Они всегда продают намного лучше чем креативные «развлекухи».

Что сделано:
– Концепция рекламной кампании
– Разработка структуры макетов

Клиент:
Tekta Group







© 2026 Tomatdesign

Самолёт

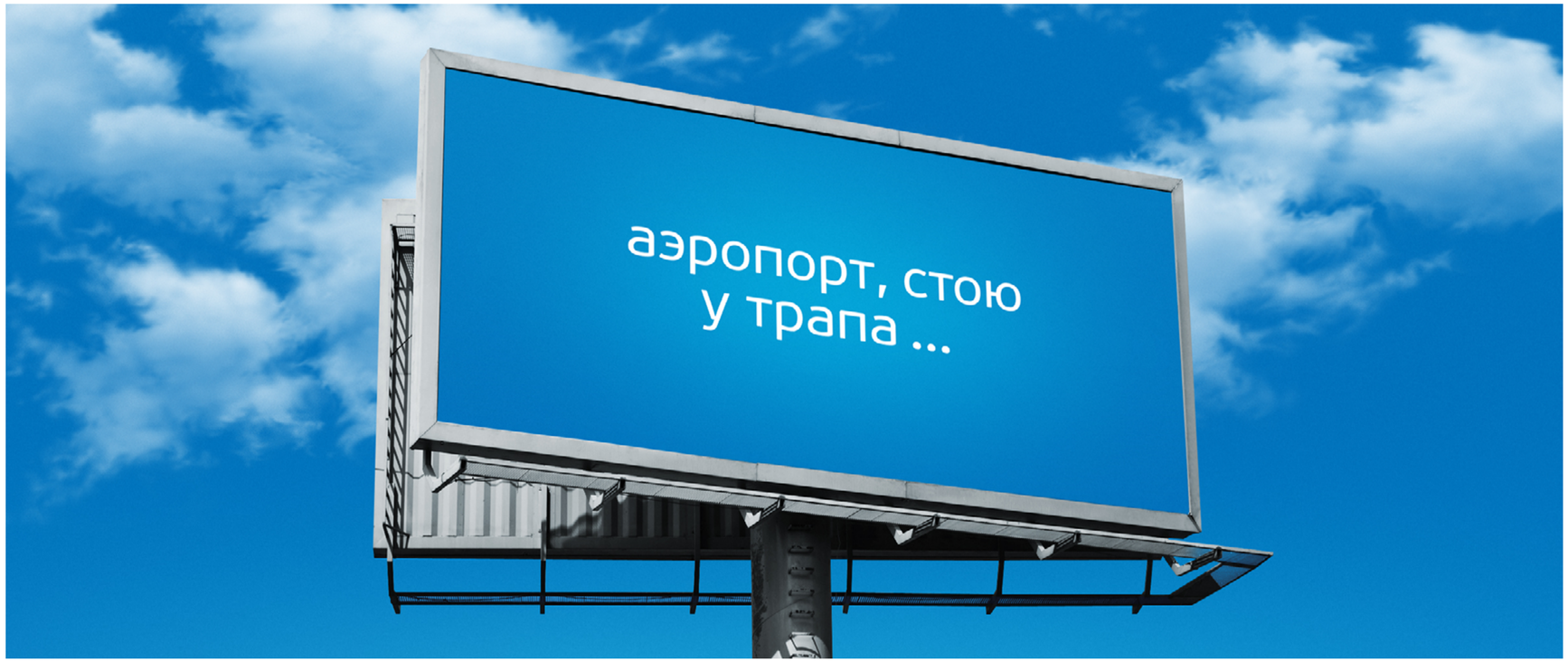
«Самолёт Девелопмент» — один из крупнейших участников российского строительного рынка. Компания самостоятельно реализует и контролирует все этапы проектирования и строительства объектов.

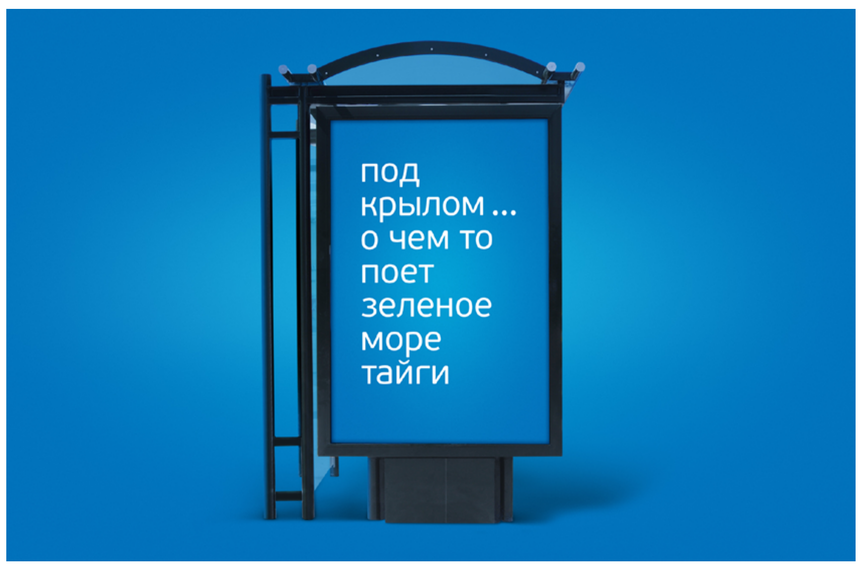
На первом этапе продвижения бренда была запущена тизерная рекламная кампания, целью которой было максимально быстро познакомить потребителя с новым игроком на рынке девелопмента. Нами была предложена идея — создать интригу вокруг названия компании через всем известные песни про самолёт. Процесс вовлечения аудитории в коммуникацию позволил обратить внимание на новую компанию и быстро запомнить слово «самолёт».

Что сделано:
– Коммуникационная стратегия
– Креативная концепция
– Дизайн рекламных макетов

Клиент:
Самолёт Девелопмент

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Plan B

Энергетический напиток «Plan B» предназначен для людей, которым в жизни нужна альтернатива — заряд от новых эмоций и впечатлений. «Plan B» даст энергию на приятные моменты жизни.

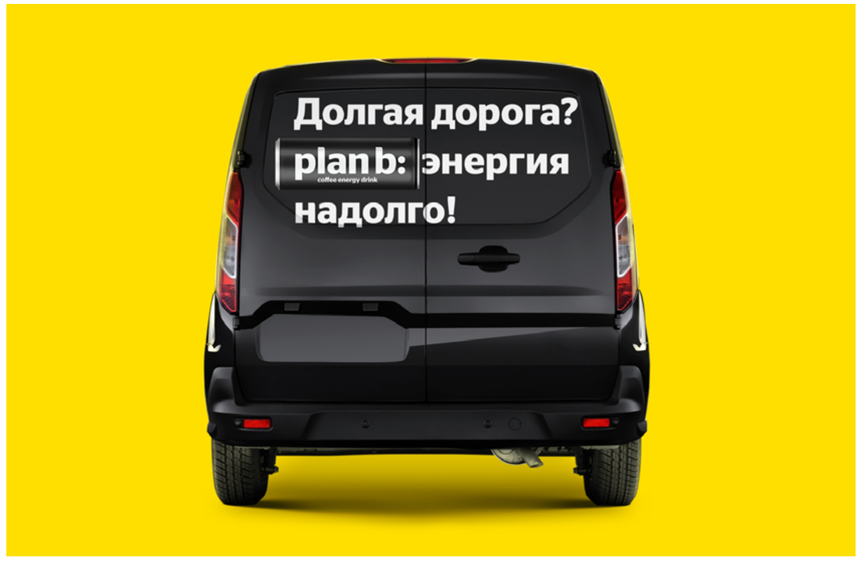
Упаковка, избавленная в дизайне от лишнего, является центром коммуникации, где продукт заявляет: альтернативный план — это энергетический напиток «Plan B».

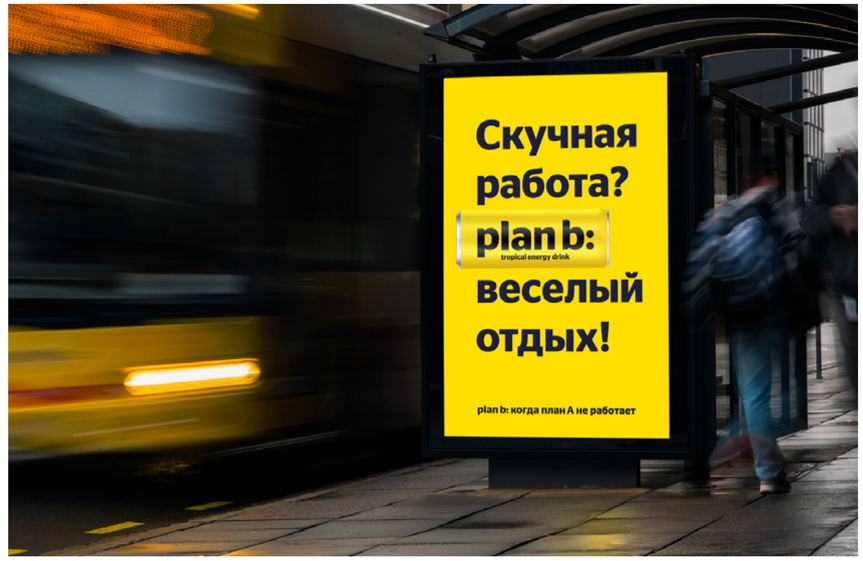
Что сделано:
– Коммуникационная стратегия
– Креативная концепция
– Дизайн рекламных макетов

Клиент:
Компания «Экто»

Посмотреть кейс







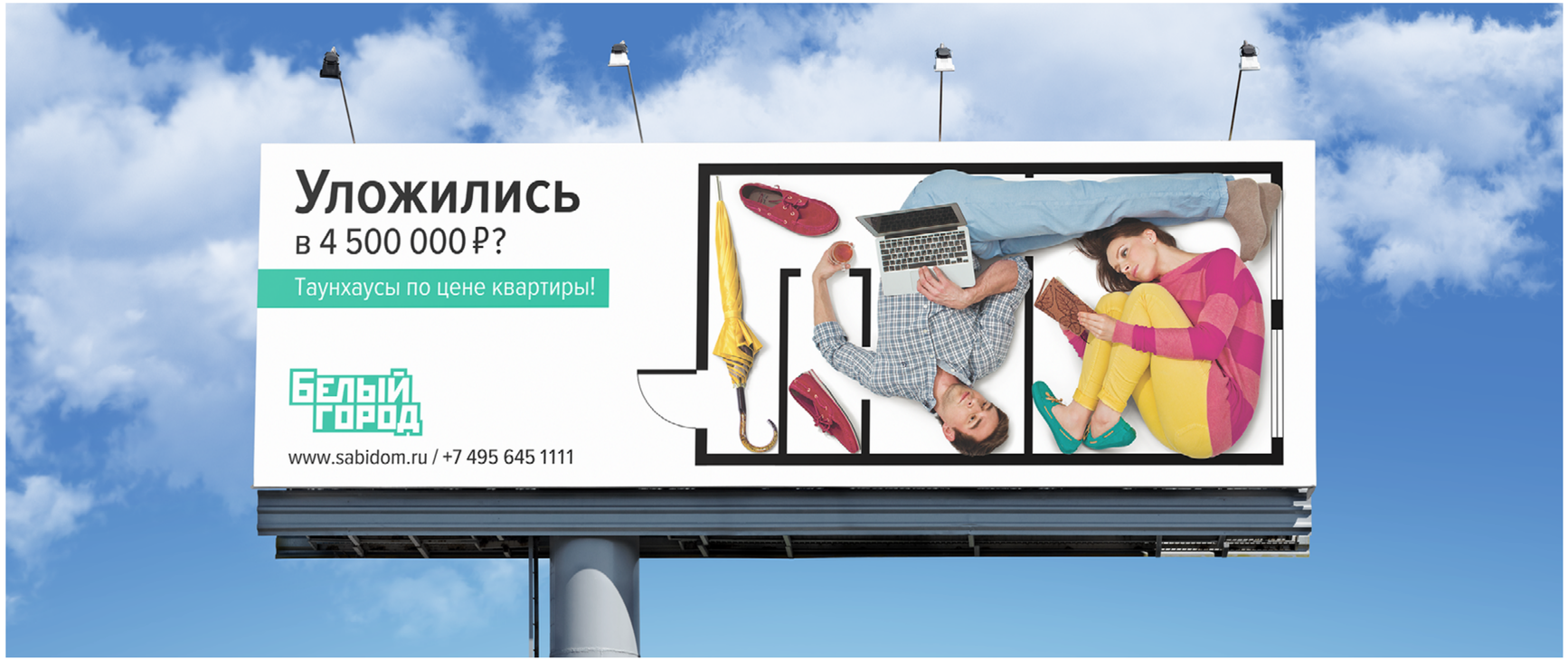
© 2026 Tomatdesign

Белый Город

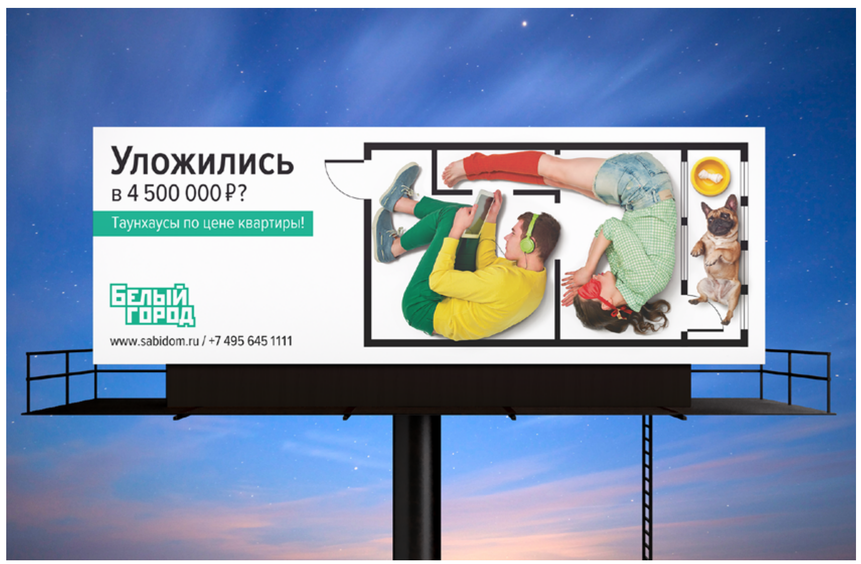
Рекламная кампания для поселка таунхаусов «Белый Город».

Что сделано:
– Креативная концепция
– Кастинг моделей
– Фотосъёмка моделей
– Создание кейвижуалов
– Дизайн рекламных макетов

Клиент:
Компания «Сабидом»







© 2026 Tomatdesign

Спутник

Комплекс апартаментов «Спутник» выгодно отличается сочетанием городского комфорта и природного окружения, характерным для загородного образа жизни.

Образ спутника в нашем прочтении претерпел трансформации: из бездушного (пусть и инновационного) объекта он превратился в эмоциональный, яркий и ироничный символ жизненного пространства.

Что сделано:
– Креативная концепция
– Кастинг моделей
– Рекламная фотосъёмка
– Создание кейвижуалов
– Дизайн рекламных макетов

Клиент:
Самолёт Девелопмент

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Здесь Аптека

«Здесь Аптека» — сеть аптек-дискаунтеров. Необходимо было подчеркнуть доступность бренда для обычного человека, выделиться из ряда других аптек, создать простой, дружелюбный, запоминающийся образ.

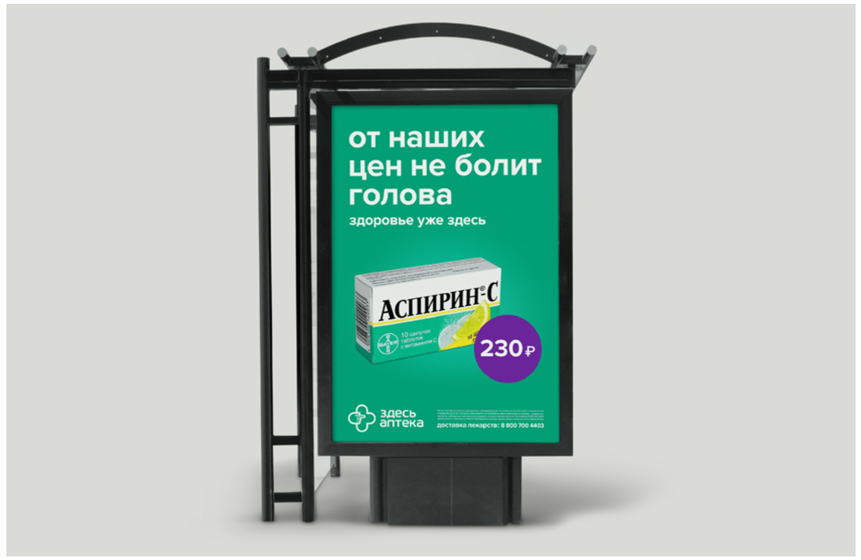
Цена — это один из основополагающих критериев при выборе аптеки. При этом, если говорить о цене в игровой форме, не в лоб, это лучше запоминается потребителям и формирует необходимую лояльность.

Что сделано:
– Креативная концепция
– Дизайн рекламных макетов

Клиент:
Холдинг «Здравсервис»

Посмотреть кейс







© 2025 Tomatdesign

Стоматологический центр

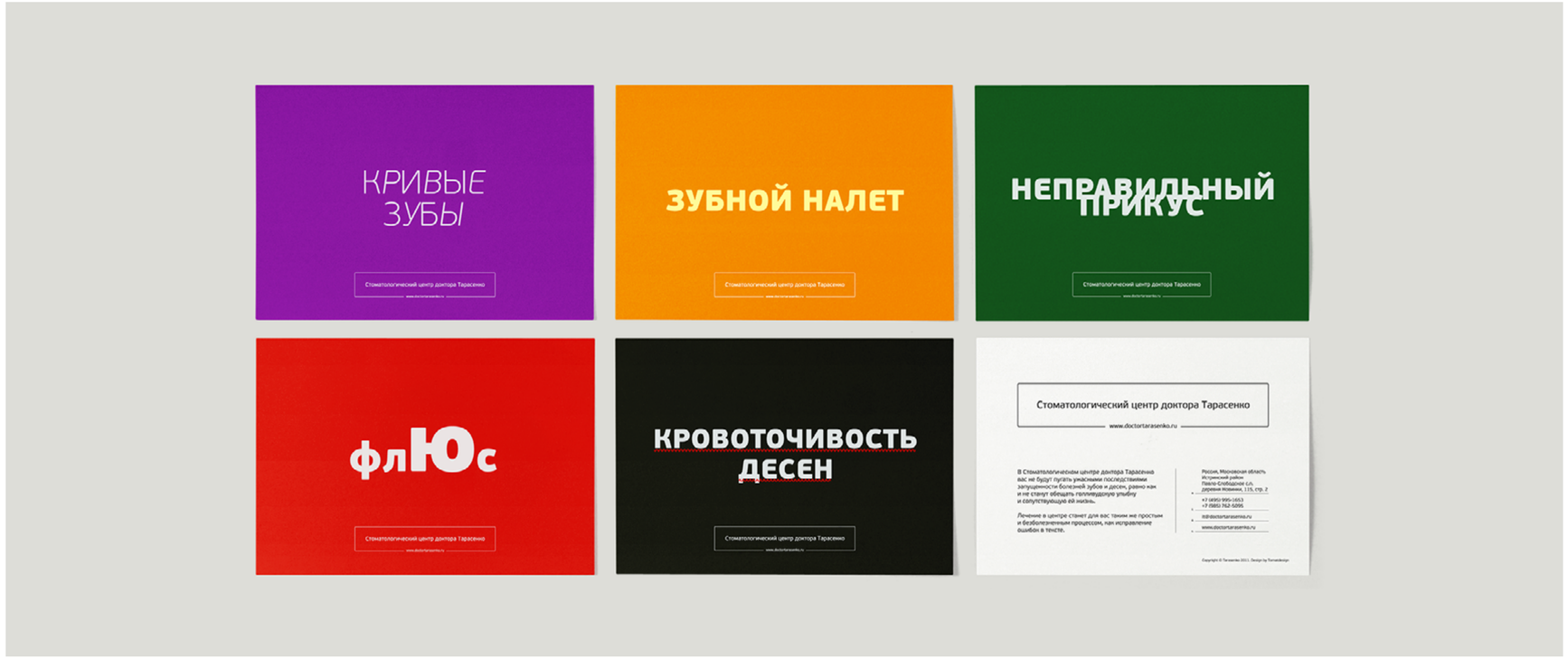
При создании айдентики «Стоматологического центра доктора Тарасенко» перед нами стояла задача отстроиться от стереотипов — образов «счастливых людей с белоснежными улыбками».

Типографика, как визуальный образ, позволила наглядно продемонстрировать любую проблему полости рта и показать, что решить эти проблемы так же легко, как исправить ошибку в текстовом редакторе.

Что сделано:
– Креативная концепция
– Дизайн рекламных макетов

Клиент:
Стоматологический центр
доктора Тарасенко

Посмотреть кейс







© 2025 Tomatdesign

Средовой дизайн

© 2026 Tomatdesign

Дантистофф

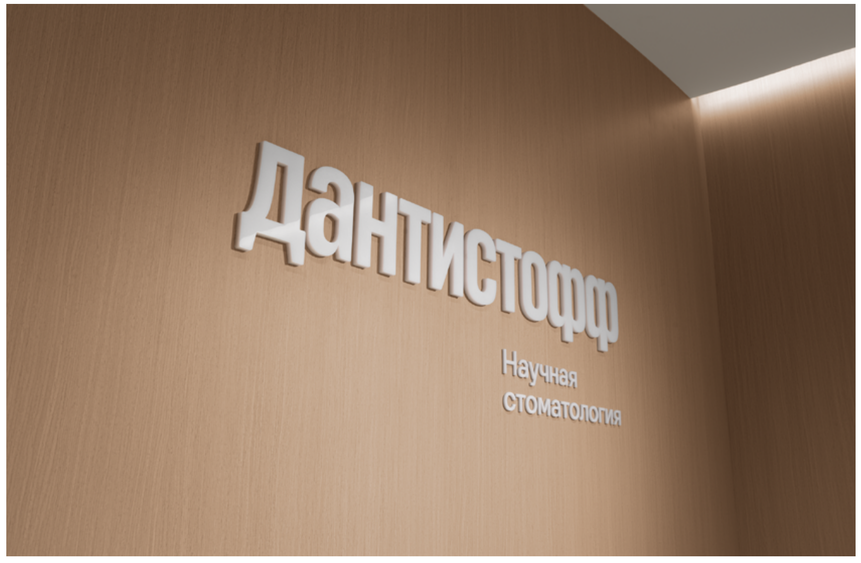
В рамках проекта по ребрендингу сети стоматологических клиник «Дантистофф» мы разработали комплексную систему оформления интерьеров и фасадов для последующего масштабирования.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Система оформления и навигации клиник
– Гайдлайны и спецификации
– Авторский надзор

Клиент:
Сеть клиник «Дантистофф»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Навигация в спортцентре

Мы разработали систему навигации в интерьере, которая одновременно стала и фирменным стилем для спортивно-развлекательного комплекса при клубе-отеле «Воскресенское».

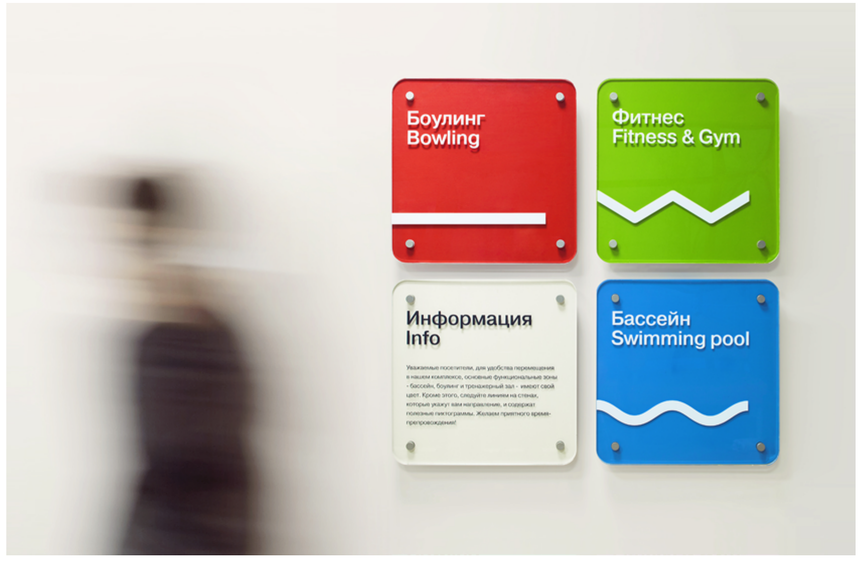
В основу системы навигации легли яркие цвета и линии, которые были призваны помогать посетителям интуитивно ориентироваться в пространстве.

Что сделано:
– Концепция дизайна навигации
– Разработка пиктограмм
– Тестирование навигации
– Спецификация для производства
– Авторский надзор

Клиент:
Клуб-отель «Воскресенское»

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Навигация в медцентре

В навигации медцентра прежде всего решались задачи удобства ориентирования посетителей на шести этажах исторического здания в центре Москвы, имеющих не самую удобную планировку и низкие потолки.

Легкие технологичные конструкции указателей и лаконичная графика позволили сделать визуальную среду медцентра эстетически более привлекательной.

Чтобы посетителям было проще ориентироваться, на каком из этажей они находятся, стены на каждом этаже были закодированы в разные цвета.

Что сделано:
– Концепция дизайна навигации
– Разработка пиктограмм
– Тестирование навигации
– Спецификация для производства
– Авторский надзор

Клиент:
Медцентр «Новая Поликлиника»

Посмотреть кейс







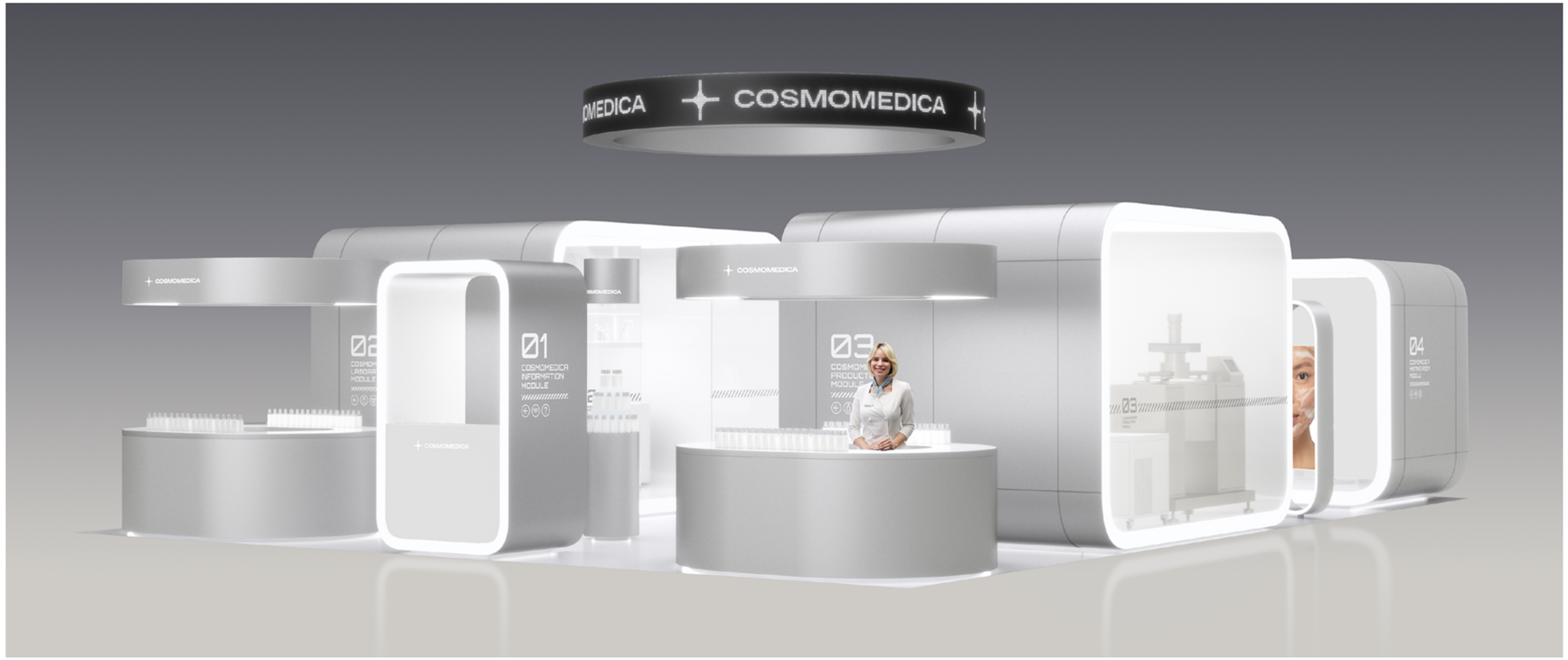
© 2026 Tomatdesign

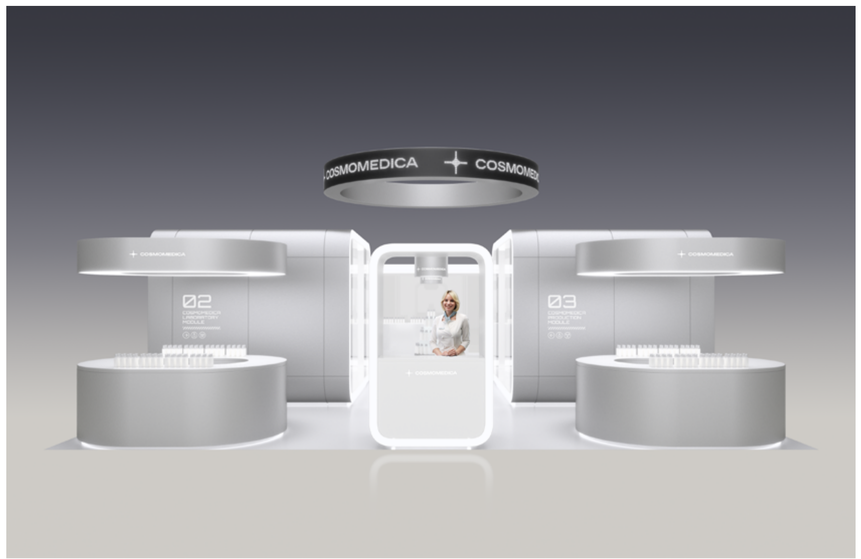
Cosmomedica / InterCharm

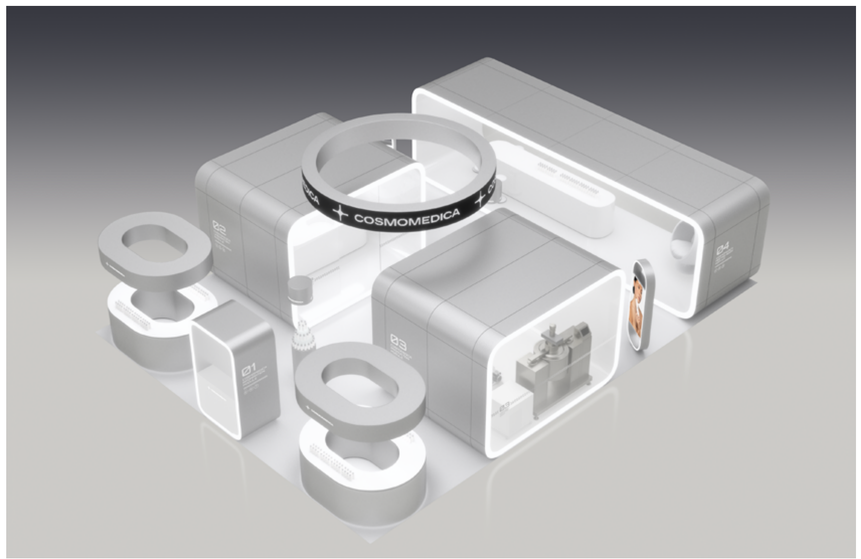
Экспозиция бренда Cosmomedica на ежегодной международной выставке и конвенции парфюмерно-косметической индустрии InterCharm.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Концепция экспозиции
– Дизайн всех элементов
– Четежи конструкций
– Спецификация

Клиент:
Cosmomedica







© 2026 Tomatdesign

Cosmomedica

Фирменный магазин и SPA-салон косметического бренда Cosmomedica на улице Малая Бронная.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Дизайн-концепция интерьера
– Дизайн витрин
– Спецификация
– Авторский надзор

Клиент:
Cosmomedica







© 2026 Tomatdesign

Чемпионат по биатлону

Перед системой визуальных коммуникаций международных соревнований по биатлону на приз памяти Виталия Фатьянова стояло несколько задач. Соревнования должны были стать одним из самых заметных и ярких впечатлений для жителей Камчатки и гостей полуострова. При этом необходимо было выдержать баланс между информативностью коммуникации и яркостью фирменного стиля.

Что сделано:
– Фирменный стиль
– Оформление биатлонного комплекса
– Дизайн формы спортсменов
– Рекламные носители

Клиент:
Газпром, Газпром инвест Восток

Посмотреть кейс







© 2026 Tomatdesign

Спасибо
за внимание

www.tomatdesign.ru