

Строгий и пышный

У Большого театра появился
новый фирменный стиль



Так будут выглядеть новые афиши Большого театра

Отныне все афиши, билеты, программки, визитки и даже гардеробные номерки Большого будет украшать единый логотип, несколько отличающийся от привычного. Об изменении эмблемы руководители театра рассказали вчера

Известия - 2003 - 8 нояб - с. 14.
Елена ГУБАЙДУЛЛИНА

«Большой — не только театр, но еще и крупная компания, продвигающая свой бренд на внешнем и внутреннем рынке. От знака, логотипа во многом зависит наш имидж», — отметил генеральный директор театра Анатолий Иксанов. — Разработку новой эмблемы поручили Юрию Грымову. И не только потому, что он опытный и успешный рекламщик, но еще и режиссер, знающий театральную специфику» (на вопрос корреспондента «Известий», сколько Большой потратил на свой новый фирменный стиль, руководство театра ответило, что не считает нужным это сообщать).

Театральный рекламщик Грымов сыграл на контрастах. Изобразил знаменитое здание Бове в виде скупой схемы, подписал цифры 1776 (год основания театра), обвел все это в круг и заключил в виньетку с

растительным мотивом, а ниже строгими буквами начертал название. Свой замысел имиджмейкер объяснил стремлением подчеркнуть связь между прошлым и будущим. Руководитель студии «ЮГ» признался, что в работе придерживался принципа «не навреди» и ориентировался на стиль ампира, помпезный и торжественный. Не менее тщательно подбирал цвета — заимствовал их из декора зрительного зала, в котором доминируют бордовый, золотой, черный и голубой.

Студия «ЮГ» работает не только над эмблемой, но и над новой концепцией интернет-сайта Большого. С января его ресурс увеличится на триста процентов. Станет больше информации о спектаклях, истории театра, у многих солистов появятся личные страницы.

Пока Большой увлечен имиджевой политикой, его стены текут — очередную протечку корреспондент «Известий» обнаружил в парадном фойе бельэтажа.