

Одеська Опера замовила логотип в найдорожчого дизайнера Росії. За таку роботу відомий веб-дизайнер Артемій Лебедєв, гасло якого "Долго. Дорого. Ох...енно", бере 50 тисяч доларів. Повний бренд-бук Одеської опери був показаний 9 червня на 7-му Міжнародному фестивалі маркетингу.

Новий імідж включає в себе логотип театру, шрифти, колірне рішення презентації, афішу, буклети та іншу рекламно-інформаційну продукцію. Всього було розроблено 18 варіантів логотипу театру на різних мовах, з повною назвою та звичному для одеситів скороченням «Одеський оперний», який буде використовуватися на продукції. У липні також стане доступний новий Офіційний сайт театру, де відвідувачі зможуть отримати інформацію про Одеську оперу, придбати квиток і ознайомитися з фото і відео матеріалами про театр та артистів. Паралельно будуть відкриті сторінки театру в соцмережах, а також випущені сувеніри з його символікою. «Одним із сувенірів буде театральний бінокль, замовлений в Німеччині», - повідомив меценат театру Іван Ліптуга.