



MUZEJ PRIGORJA

# Dizajn s feedbackom

# Ozella

Destinacija: Sesvete

hrvatsko  
dizajnersko  
društvo

HDD

Ozeha je bila košnica svih tada prisutnih marketinških aktivnosti, najnovijih ideja i informacija, bila je inkubator za one koji su stjecali iskustva, bila je i škola i poligon za one koji su u njoj radili jer su u praksi timskog rada dolazili do kvalitetnijih rezultata. Bila je učilište za klijente koji su s njom surađivali jer su usvajali nove trendove marketinga u praksi i bili kvalitetno predstavljeni. Bila je mjesto gdje je bilo dovoljno prostora i za vanjske suradnike da zajednički dijele i grade te vrijednosti. Efekti su bili vidljivi u medijima, javnosti, društvu i u gospodarstvu.

– Igor Lah

NAKLADNIK: Muzej Prigorja  
ZA NAKLADNIKA: Morena Želja Želle  
AUTOR TEKSTA: Alira Hrabar Bekar  
LEKTURA: Morena Želja Želle  
LIKOVNO OBLIKOVANJE I PRIPREMA  
ZA TISAK: Alira Hrabar Bekar  
DIGITALIZACIJA GRAĐE: Slavko  
Henigsman, Alira Hrabar Bekar  
TISAK: Graforad  
NAKLADA: 200 komada

KATALOG JE OSTVAREN UZ FINANCIJSKU  
POTPORU GRADSKOG UREDA ZA  
KULTURU I CIVILNO DRUŠTVO GRADA  
ZAGREBA I MINISTARSTVA KULTURE I  
MEDIJA RH

ISBN 978-953-7820-94-7 (meki uvez)  
ISBN 978-953-7820-95-4 (PDF)



Republika  
Hrvatska  
Ministarstvo  
kulture  
Republic  
of Croatia  
Ministry  
of Culture



Deplijan agencije Ozeha  
dizajn, ilustracija: Dušan Bekar, 1958. – 1959.

Ozeha

30. 12. 2024. – 28. 2. 2025.

Dizajn s feedbackom  
/ Ozeha. **Destinacija:**  
**Sesvete**

Sesvete, 2024.



**MUZEJ PRIGORJA**





Ozeha

obavlja sve vrste usluga iz oblasti ekonomske propagande i publiciteta za firmene i inozemne proizvođače i poduzeća, koji svoje proizvode žele plasirati na jugoslavenskom tržištu. Zahvaljujući značajnom razvoju industrije, saobraćajnih veza i privrede uopće, jugoslavensko tržište pruža velike mogućnosti plasmana raznih proizvoda počev od robe široke potrošnje do kompletnih industrijskih uređaja.

#### USPIJEH PRODAJE OVISI O POZNAVANJU POTREBE TRŽIŠTA

Ozeha

Ispituje tržište koristeći bogato iskustvo svoje dobro organizirane službe anketaša u čitavoj FNRJ. Analiza tržišta pruža podrobne podatke o potrebama, željama, navikama, ukusu i motivima radi kojih potrošači kupuju ili ne kupuju neki proizvod. Ciljevni podaci dobiveni reprezentativnom metodom dopunjuju se datim iskustvom i internom analizom: analizom prometa, prodaje, pogona, proizvoda, pakovanja, publiciteta i konkurencije.

#### POMNO PLANIRANI PUBLICITET OSIGURAVA USPIJEH PRODAJE

Ozeha

predlaže, na osnovi komparativne analize proizvoda, sve mjere, koje treba poduzeti da bi tržište prihvatilo neki proizvod te PLAN PROPAGANDNIH AKCIJA ZA CITAVU GODINU ILI KRACE RAZDOBLJE



Ozeha

izrađuje prodajno-propagandne planove zajedno s finansijskim planom i planom raspodjele sredstava. Taj plan predlaže poruke, koje treba izraditi i kontrolirano preneti kupcima i potrošačima riječju, slikom ili kojim drugim sredstvom, izbor i realizaciju sredstava te troškove kreacije i raspodjele.

Ozeha

raspolaze skupinom izvrsnih grafitera, koji izrađuju likovna rješenja za plakate, oglase, prospekte, kataloge, etikete i ambalažu. snima u svom vlastitom foto-ateljeru ili na terenu u crno-bijeloj i kolor tehnici. U svom

modernu opremljenom laboratoriju povećava i reduira slike, izrađuje plošno obojene i kolor trodimenzionalne diapozitive.

Ozeha

ima posebnu skupinu stručnjaka za ambalažu, koja priprema tehnička rješenja za komercijalnu i samoprodajnu ambalažu. Uz ovu skupinu stručnjaka radi vlastite laboratorij za stitofak, koji posebno proizvodi preslike za papir, drvo, kamen, staklo i metal.

Ozeha

raspolaze posebnim ateljerom, koji projektira i izrađuje izložbe i sajmove u zemlji i inozemstvu, unutrašnja uređenja lokala, reklamne ploče itd.



Ozeha

projektira, izrađuje i postavlja neoskorne reklame za trgovine, industrijske uređaje i poduzeća.

Ozeha

priprema i nadzire štampanje etiketa, plakata, prospekata, kataloga i ostalih propagandnih branjaka sredstava u offsetu, sitotisku, bakrotisku i knjigotisku.

Ozeha

priprema likovne i literarne za oglase, koje vrštava u svojevremenu, stručnu i zabavnu štampu u zemlji i inozemstvu. U FNRJ izlazi svaki dan 18 dnevnika s ukupnom nakladom od 1,147.000 primjeraka i oko 1.500 stručnih i zabavnih časopisa i biltena iz raznih grana.



Deplijan agencije Ozeha dizajn, ilustracija: Dušan Bekar, 1958. – 1959.

Znak i logotip agencije Ozeha dizajn: Milan Vulpe, 1950-e

Prva izložba o agenciji Ozeha organizirana je u suradnji s Hrvatskim dizajnerskim društvom i izložena u HDD galeriji 2016. godine. Ona je važna jer je na hrvatsku kulturnu mapu smjestila Ozehinu ostavštinu te na nju ucrtala neka od rijetkih sačuvanih kreativnih rješenja koja su stvarali njeni zaposlenici tijekom pola stoljeća djelovanja. Također, skrenula je poglede javnosti prema djelima dizajnera koji su djelovali u njenoj orbiti, a koji su do tada bili neprepoznati. Njen je odjek u javnom prostoru bio također značajan pa je uz veliki interes javnosti i medija privukla poglede struke.

Agencija Ozeha započinje svoje djelovanje 1945. u Zagrebu. U prvom desetljeću svojeg djelovanja bavi se oglašavanjem u tada prisutnim medijima te okupljanjem, osnaživanjem i edukacijom profesionalnih kadrova. Tijekom 1950-ih formira ured na teritoriju čitave Jugoslavije, a početkom 1970-ih prerasta u agenciju za marketing i propagandu što otprilike i vremenski korespondira s njenom vodećom pozicijom na području tržišnih komunikacija Jugoslavije. Kao marketinško-propagandna agencija nudila je usluge cjelovitog, ali i specifičnog servisiranja klijenata te je time postala "više od full service agencije".<sup>1</sup> Taj status opravdava i njen složeni ustroj poslovanja organiziran kroz mnogobrojne odjele. Temelji ovakve specifične agencije postavljeni su tijekom 1950-ih i 1960-ih godina, da bi se 1965. pokretanjem Odjela marketinga i Propagandnog centra te Odjela za istraživanje tržišta 1971. godine Ozeha "identificirala kao potpuno suvremena marketinška agencija".<sup>2</sup>



Čestitka "30 godina Ozeha"  
dizajn: Slavko Henigsmann, 1974.

Naslovnica časopisa *Naš publicitet*  
dizajn: Milan Vulpe, 1957.







Četvrta u nizu izložbi o Ozehi pod nazivom **Dizajn s feedbackom / Ozeha. Destinacija: Sesvete** usmjerena je na istraživanja Ozehinih angažmana za sesvetsku industriju – tvornice Badel i Sljeme u periodu od ranih 1950-ih do sredine 1990-ih godina. Konceptijski, izložba je zadržala svoje izvorište zacrtano na prvoj izložbi *Dizajn s feedbackom / Ozeha – “Primijenjena umjetnost u službi propagande i publiciteta”*. U poglavlju *Ozeha – više od full service agencije* razmatra se ustroj agencije unutar njenog formativnog razdoblja od 1945. do 1965. godine. U tom se periodu, pod vodstvom Dušana Mrvoša i Veljka Klašterke, razvila u agenciju za ekonomsku propagandu i marketing s više od 120 zaposlenika u Zagrebu i filijalama u Rijeci, Splitu, Beogradu, Sarajevu i Skopju. Njen utjecaj na kulturu komercijalnog oglašavanja i začetak oblikovanja marketinške struke obrađuje poglavlje *Promjena klime – pogled na zapad*, unutar dva vremenska okvira. U najranijem razdoblju djelovanja (1954. - 1957.) Ozeha pokreće vlastiti strukovni list *Naš publicitet*, ujedno i jedini strukovni časopis za područje oglašavanja i marketinga u Hrvatskoj, koji je objedinjavao teorijske tekstove i iskustva iz prakse te intenzivno radi na informiranju i edukaciji kadra u skladu s tržišnim modelima sa Zapada.

Upravo ovom ranom periodu pripada veliki broj etiketa za razne vrste mesnih prerađevina, a koje je Ozeha isporučila klijentu Sljeme tijekom 1950-ih. Suradnja Ozehe s tvornicom Sljeme predstavljena je putem otisnutih materijala koji su dio fondusa Muzeja Prigorja te preslika fotografija iz fonda Agencije za fotodokumentaciju Hrvatskog državnog arhiva (HDA). Spomenuto gradivo je zahvaljujući istraživanjima povjesničara Damira Fofića predstavljeno javnosti putem publikacije i izložbe *Od Sljemena do dna*.<sup>3</sup> Dio postava čini i dopunjeno gradivo iz spomenutog fonda kao i fonda Vjesnik koje smo pronašli tijekom provedenog istraživanja. Početkom 1950-ih od kada datira spomenuto gradivo, u Ozehi je bio stalno zaposlen Zvonimir Faist koji je u intervjuima s Željkom Kolveshi provedenima povodom rada na izložbi *Zvonimir Faist – Diktati vremena* iz 2003. godine, opisao način rada u agenciji i dao neke naznake o opsegu posla i vrstama materijala koje je radio. Tako znamo da je radio puno tekućih manjih poslova poput oblikovanja etiketa i naljepnica te dao naslutiti kako u izradi materijala nije uvijek samostalno radio već bi ponekad koristio i ilustracije drugih autora: “Nekoliko sam puta radio s Maurovićem jer se njemu nije dalo crtati ništa osim figura. Onda bi on crtao figure, a ja ostalo na istome plakatu, primjerice, flaše i tekst”.<sup>4</sup> Svjedočanstva članova obitelji Bekar i Bis govore tome u prilog. U to vrijeme na mjestu crtača u Ozehi, uz spomenuti dvojac, rade Dušan Bekar, Ferdo Bis i Pavao Vamplin.<sup>5</sup> A u njenoj orbiti, uz mnoge druge, djeluju Franjo i Vladimir Fleck, Boris Kolar, Savo Simončić i Milan Vulpe. Obzirom na kompozicijske i stilističke značajke predloženih etiketa one bi mogle biti djelo nekih od spomenutih autora, ali možda i nekih drugih, što još uvijek nije moguće točno utvrditi jer se autori u pravilu nisu smjeli potpisivati na svoje radove. Uz radove za klijenta Sljeme ovaj dio izložbe prošaran je i selekcijom plakata starih majstora (Bekar, Faist, Pavelić Glogoški) koji reklamiraju prerambene proizvode i tople napitke (bomboni, čokolada, ulje, kavovine).



*Ozeha*



Oglas i etiketa Lero,  
Istravinoexport  
dizajn: Julija Pavelić  
Gloškoški, kraj 1960-ih i  
početak 1970-ih

Etikete alkoholnih  
pića Koko i Pepito,  
Istravinoexport  
dizajn: Savo Simončić,  
kraj 1960-ih





Cjelovita kampanja Dona, Stubičanka (kalendar, etikete)  
art direkcija: Petar Šalić,  
1979. – 1980.

Destinacija: Sesvete

Ozeka

# INKA TONIC WATER TO PIĆE JE OTKRIĆE



prizvodi BADEL Zagreb

Otkrili smo Mjesec, s  
Mars. U međuvremenu  
radosti koje život čine vr  
Pijte INKA TONIC WATER  
ga pomiješajte s ginom ili v  
nite otkrivač vlastitog zadovolj



## Nara

# CEZAR ON THE ROCKS\*

Kad vaša put poprimi jantarnu boju starog vinjaka CEZAR, a kosa i  
oči poravnaju, kad vam milici stonu podintavali od želje za ok-  
cijom, to je lista — vrijeme buvnih avontura i novih doživ-  
ljaja. CEZAR s ledom! Uzbudljiv, nov doživljaj! ... a ipak,  
okus plemenitog vinjaka CEZAR ostaje i s ledom isti.

ILI CEZAR ILI NIŠTA

★ ON THE ROCKS je novi  
mali, osvježavajući koktel  
— ali miris — an avansim  
karakterističan miris, aliha, koji je  
u svim vrhunskim koktelima, avon-  
de, avansim, avansim, avansim  
avansim.



Oglasne kampanje *Inka*,  
Badel  
art direkcija: Petar  
Šalić, fotografija: Milan  
Klisović,  
1970-e

Maskota *Nara*, Badel  
ilustracija: Milan  
Blažeković, 1970-e  
Oglasne kampanje *Cezar*,  
Badel  
art direkcija: Petar Šalić,  
1970-e



**IZ PORODICE KISKO OKUSA  
IZABERITE PREMA  
UKUSU  
VAŠE PORODICE**

molestias excepteur sint occaecat cupidatat non pro-  
sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum  
Et harum doreud facilis est er expedit distinct  
conscient to factor tum poen legum odioq

neque pecun modut est neque nonor et imper  
soluta nobis eligent optio congue nihil est impedit  
religuard cupiditat, quas nulla praid om  
potius inflammat ut coerecnd magist and et dodecend  
invitat igitur vera ratio bene sanos as iustitiam,  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
eiusmod tempor incidunt ut labore et dolore  
Ut einim ad minim veniam, quis nostrud exorcitation  
laboris nisi ut aliquip ex ea commodo corsequet  
iure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse



dignissam qui blandit praesent luptatum defenit aigi  
molestias excepteur sint occaecat cupidatat non  
sunt in culpa qui officia deserunt mollit  
Et harum doreud facilis est er expedit distinct. Nam  
conscient to factor tum poen legum odioque civi

**KISKO DJELO KRASI**

**BADEL**  
coctail-kasasti voom i koncentri- sok od jabuke ranog voonog soka narande



punio: **BADEL** OOUR Tvornica bezalkoholnih pića, Zagreb



VINUM DE VITAE  
• B A D E L •  
**PRIČA O VAŠEMU VINU...**



Oglasne kampanje *Kisko*,  
Badel (oglasi, etikete,  
crteži)  
art direkcija: Vladimir Hinić,  
1980-e


Prirodni sokovi *Coctail*,  
Badel (etikete)  
art direkcija: Vladimir Hinić,  
1980-e

Kvalitetna i vrhunska vina  
*Vinum de Vitae*, Badel  
(promotivni materijali,  
etikete)  
art direkcija: Slavko  
Henigsman, fotografija:  
Slaven Fisher, 1990-e



# to smo mi...



NARAVNO, NARA! ŠUM SVJEŽINE - INKA - PRIRODNI NAPITAK - JEDINSTVEN UŽITAK - VOČKO  **BADEL-BAP** d.d.

OZEHA - DESIGN: P. ŠALIĆ - TISAK: MULTIGRAF, ZAGREB

## New York

### PEPSI-COLA & PAN AM

#### VODE VAS U NEW YORK GRAD UMETNOSTI

**PROVEDITE VIKEND U NEW YORKU. UČESTVUJTE U NAGRADNOJ IGRI PEPSI COLE I PAN AM-a.**  
 Od 10. IX do 17. X 1986. godine traje velika nagradna igra. Sve detalje o ovoj igri saznajte 5. IX u Novoj Mikesovoj, Oslobodnja, i

Slobodnoj Dalmaciji, Večernjem listu i Večernjim novinama. Već sada počnite da sakupljate zatvarače litarske Pepsi-Cole.

Nagrade: Supernagrada - vikend za dve osobe u New York-u, 10 vikenda u New York-u za po jednu osobu, 60 Sajtbergovih postera »New Yorkers«.

*Uživajte u Pepsi Coli i sakupljajte zatvarače.*

**Pepsi-Cola. Hit nove generacije. Pan Am. Nedostižno iskustvo.**

Ozeha  
 izvođač za  
 materijale, propagandu  
 i publikitet

pop pepsi '77

Program bezalkoholnih napitaka, Badel art direkcija: Petar Šalić, 1980-e - 1990-e

Propagandne akcije, POP materijali Pepsi, Badel art direkcija: Slavko Henigsmann, propagandist: Igor Lah, 1970-e, 1980-e



Drugi vremenski okvir pokriva zrelo razdoblje agencijskog razvoja s fokusom na kreativne procese. Koncem 1960-ih, vodstvo Ozehe odlučuje oformiti Kreativni odjel po uzoru na zapadne modele vodeći se sustavom timskoga rada kojega je Mihovil Skobe, po povratku iz Amerike, primjenjivao u Odjelu marketinga. Poglavlje *Arheologija dizajna* pruža uvid u rad dizajnera koji su 1970-ih bili dio Ozehinog Kreativnog odjela – Julija Pavelić Glogoški, Petar Šalić, Slavko Henigsman, Mile Klarica i Vladimir Hinić. Uz dizajnere u odjelu su bili zaposleni i teksteri Viktor Feller, Zvonko Žižić te Josip Prudeus koji nakon Julije Pavelić Glogoški zasjeda na čelo Kreativnog odjela. Agencijski rad kroz odnos Kreativnog odjela i propagandista prikazan je putem izdvojenih primjera iz prakse (ambalaža, etikete, oglašivačke kampanje) za klijente koji su se bavili proizvodnjom alkoholnih i bezalkoholnih pića poput tvrtki Badel, Istravinoexport, Slovin, Stubičanka. Najveći raspon prikazanog materijala namijenjenog promociji bezalkoholnih i alkoholnih napitaka odnosi se na proizvode tvornice Badel (*Cezar, Inka, Kisko, Nara, Vočko* i programi stolnih, kvalitetnih i vrhunskih vina). Značajno mjesto pripada i propagandno-marketinškim aktivnostima koje su Ozehaški timovi kreirali za internacionalni brend *Pepsi* (tadašnja punionica Badel) koji se na našem tržištu pojavio početkom 1970-ih. Na primjeru suradnje Badela i Ozehe pratimo izrazitu produkciju kako tiskanih tako i audiovizualnih materijala (reklamnih spotova) koji su nastajali u njenom tonskom i video studiju. Uz Sljemenske i Badelove spotove vežemo poznata imena *Zagrebačke škole crtanog filma*, a ističemo Milana Blažekovića koji je kreirao maskotu djevojčice *Nara* i Branimira Kolara koji potpisuje maskotu "Jankića" iz 1970-ih. Naravno, ovakva obimna produkcija zahtjevala je uključivanje niza kreativaca raznih profesija poput crtača, animatora, fotografa, ton-majstora, skladatelja, redatelja koji su s Ozehom povremeno surađivali na opsežnijim projektima. Dio reklamnih spotova, većinom crtanih filmova, koji su nastali u koprodukciji Zagreb filma i Ozehe moguće je vidjeti na ovoj izložbi, kao i neka od likovnih rješenja koje su kreirali njeni dugogodišnji suradnici, dizajneri, u okviru poglavlja *Ozehina orbita*.



## IZBERITE SAMI SVOJO JUPII NAGRADO

20.066 NAGRADNIH ŽETONOV V VREDNOSTI PO 10, 100, 300 IN 1.000 DINARJEV JE ODTISNJIENIH NA POKROVČKIH VASE J U P I ORANŽADE

Vsak, ki bo pri odpiranju JUPII ORANŽADE našel nagradni žeton, ga lahko vnovči v eni izmed mnogih trgovin, supermarketov ali veleblagovnic, kjer prodajajo JUPII ORANŽADO, tako, da kupi blago po lastni izbiri v vrednosti, označeni na žetonu.

nagradna igra **JUPII**  
traja od 1.X. do 30.XI. 1973



Etiketa *Brandy s jajima*,  
Badel  
dizajn: Ferdo Bis, 1950-e  
Etiketa *Istra Bitter*,  
Istravinoexport  
dizajn: Franjo Fleck, 1960-e  
Nagradna igra *Jupii*, Slovin  
ilustracija: Ferdo Bis, 1973.



Iako se topografija izložbe može svesti na četiri glavna poglavlja oko kojih gradimo priču, iz kontinuiranih istraživanja koje provodimo proizlaze i nužne nadopune pa tako svaka nova inačica izložbe nosi i novitete u postavu. Tako se primjerice tijekom 2017. i 2018. godine otvorio prostor za daljnja istraživanja koja su obuhvaćala obradu građe s područja grada Rijeke, Istre i Kvarnera, u suradnji s kreativcima i propagandistima riječke filijale uz podršku Muzeja grada Rijeke i HDD-a. Izložba je u ljeto 2018. godine u novoj inačici *Dizajn s feedbackom: Ozeha Zagreb - Rijeka '45 – '48 – '90 – '95* zaživjela u riječkoj galeriji Kortil, a naša su istraživanja objavljena u knjizi *Fragmenti dizajnerske povijesti – Dokumenti Vol. 1* u izdanju HDD-a. Riječko izdanje izložbe bilo je fokusirano na analizu rada Ozehine riječke filijale, utjecaj Ozehinih propagandno-marketinških aktivnosti na oblikovanje korporativnih materijala za industrijske divove 3. maj, Rafineriju nafte Rijeka, Torpedo, tvrtke Jugolinija, Luka, Parafnka, Transjug i druge, kao i na razvoj brendova i robnih marki tvrtki Istravinoexport i Istarska pivovara uz sažeti pregled materijala za turistički sektor.

Treće, sisačko izdanje *Dizajn s feedbackom / Ozeha*. Destinacija: Sisak, obimom i sadržajem bilo je prilagođeno izložbenom prostoru Info centra industrijske baštine – Holandskoj kući. Konceptijski se naslanjalo na riječku izložbu, a zahvaćalo je pogled na produkciju materijala za Željezaru Sisak, Rafineriju nafte Sisak i tvornicu Segestica. Primarno se radilo o nadopunama postojećih istraživanja vezano za radove koji su nastali tijekom 1960-ih za tvrtku INA te sisačku i zagrebačku rafineriju. Također, izložbu smo dopunili novim saznanjima vezano za angažmane i autorske atribucije u kontekstu oblikovanja određenog broja ambalaže za tvornicu Segestica, naslovnica prospekata, kataloga i cjenika Željezare Sisak iz Zbirke Gradskog muzeja Sisak s kraja 1960-ih i početka 1970-ih. U postavu su prikazani i razigrani ilustrativni vizuali kreirani za Rafineriju nafte Sisak i tvrtku INA koje potpisuju dizajneri i vrsni crtači Dušan Bekar, Boris Kolar i Savo Simončić.

Zahvaljujući pozivu Muzeja Prigorja, a primarno gospodinu Tomislavu Mrčiću koji je u tome ustrajao, nastavili smo provoditi prikupljanje gradiva i proširivati teme koje obrađujemo putem ovih izložbi.

#### Bilješke:

1 Lah, Igor. "OZEHA – O jednoj povijesti oglašivačke industrije", *dizajn.hr* [HDD], 2019. <https://dizajn.hr/fragmenti-dizajnerske-povijesti-dokumenti-vol-1/5-fragmenti/5-1-dizajn-s-feedbackom-ozeha-primijenjena-umjetnost-u-sluzbi-propagande-publiciteta/> (pristupljeno 23 prosinca 2024).

2 Isto

3 Fofić, Damir. *Od sljemena do dna*, katalog izložbe. Sesvete, Zagreb: Muzej Prigorja, 2023.

4 Kolveshi, Željka. *Zvonimir Faist – diktati vremena: plakati od kasnih 1930-ih do ranih 1960-ih*, katalog izložbe. Zagreb: Zagreb Muzej grada Zagreba, 2003.

5 Magaš Bilandžić, Lovorka. *U ritmu vremena – grafički dizajn Pavla Vamplina*, katalog izložbe. Čakovec: Centar za kulturu Čakovec, 2020.

Izložba:

MUZEJ PRIGORJA

TRG D. DOMJANIČA 5, SESVETE, PROSINAC  
2024. – OŽUJAK 2025.

STRUČNA KONCEPCIJA IZLOŽBE:

Slavko Henigsman, Alira Hrabar Bekar

LIKOVNI POSTAV: Alira Hrabar Bekar,  
Renata Ladović Meštović

STRUČNA SURADNICA NA OBRADI  
GRADIVA: Renata Ladović Meštović

TEKSTOVI: Alira Hrabar Bekar, Igor Lah,  
Josip Šintić

OBRADA TEKSTOVA: Marko Golub,  
Alira Hrabar Bekar

GRAFIČKA PRIPREMA: Alira Hrabar Bekar

TEHNIČKI POSTAV: Josip Kovačević

3D VIRTUALNI RAZGLED: Mario Dokša

TISAK: Pozor

IZLOŽBA JE OSTVARENA UZ FINACIJSKU  
POTPORU GRADSKOG UREDA ZA KULTURU  
I CIVILNO DRUŠTVO GRADA ZAGREBA I  
MINISTARSTVA KULTURE I MEDIJA RH



Republika  
Hrvatska  
Ministarstvo  
kulture  
Republic  
of Croatia  
Ministry  
of Culture

Zahvale: Elizabeta Abramović, Slavica Afrić,  
Nikola Akrap, Mario Antonini, Dušan Bekar,  
Duško Bekar Jr., Josip Bogdanić - Braco, Iva  
Divjak, Raymond Fabijanić, Vladimir Hinić,  
Mile Klarica, Milan Klisović, Ljubica Martinović,  
Josip Prudeus, Darko Pukanić, Vesna Rožman,  
Milivoj Ružić, Johan Sartori, Josip Silov, Silvano  
Skočaj, Petar Šalić, Pavao Šimudvarac, Marija  
Tomić, Branimir Zoraja, obitelji Šintić i Sartori.

Posuditelji građe: Dušan Bekar Jr., Iva Divjak;  
Državni arhiv u Rijeci; Velid Đekić; Grad Zagreb,  
Gradski ured za obrazovanje, kulturu i sport;  
Gradski muzej Sisak; Slavko Henigsman;  
Vladimir Hinić; Hrvatski državni arhiv,  
Draženka Jalšić Ernečić; Željko Jurak; Kabinet  
grafike HAZU; Kraš; Muzej grada Rijeke;  
Muzej grada Zagreba; Muzej Prigorja; Muzej  
za umjetnost i obrt; Nacionalna i sveučilišna  
knjižnica u Zagrebu; obitelj Sartori; Petar Šalić;  
obitelj Šintić; Arhiv Tošo Dabac; Zagreb film.

Naslovnica: Igor Lah u Ozehi, 1980-ih  
(fotografija iz privatnog arhiva Igora Laha)  
Poledina: Deplijan agencije Ozeha  
dizajn, ilustracija: Dušan Bekar, 1958. – 1959.