



MUZEJ PRIGORJA

Dizajn s feedbackom

Građevina

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
ZATISAK: Alira Hrabar Bekar
DIGITALIZACIJA GRAĐE: Slavko Henigsmann, Alira Hrabar Bekar
TISAK: Graforad
NAKLADA: 200 komada

KATALOG JE OSTVAREN UZ FINANSIJSKU
POTPORU GRADSKOG UREDAZA
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
kulturne
*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



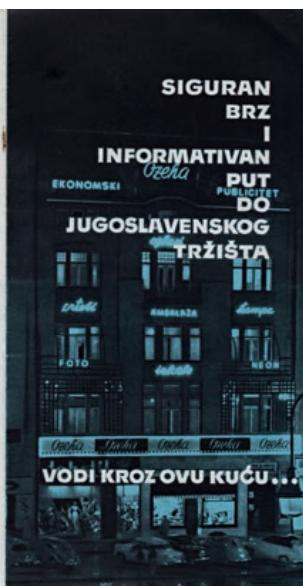
Ozeha obavlja sve vrste usluga iz oblasti ekonomskih prognoza i publiciste za fuzione i licencne proizvođače i poduzeće, koji svoje proizvode češće ploži na jugoslovenskom tržištu. Zabavljajući smislonim razvojem industrije, sprovođajući veze i privrede uopće, jugoslovenske tržište pruža velike mogućnosti plasmana raznih proizvoda poser od robe široke potrošnje do kompletnih industrijskih sredstava.

USPJEH PRODAJE OVISI O POZNAVANJU POREBE TRŽIŠTA

Ozeha ispisuje tržište koristeći bogato istaknuto svoje dobro organizirane službe anketara u člancu FNRJ. Analize tržišta pruža podrobne podatke o potrebljima, željama, nevinama, skusu i motivima radi kojih potrošači kupuju ili ne kupuju neki proizvod. Osnovni podaci dobiveni reprezentativnim metodom dopunjaju se daljom ekstremom i internom analizom: analizom prometa, prodaje, pogona, proizvodnje, pakovanja, publiciteta i konkurenca.

POMNO PLANIRANI PUBLICITET OSIGURAVA USPJEH PRODAJE

Ozeha predlaže, na osnovu komparativne analize proizvoda, sve mjeru, koje treba poduzeti da bi tržište prihvatio neki proizvod te PLAN PROPAGANDNIH AKCIJA ZA CITAVU GODINU ILLI KRAĆE RAZDOBLJE



Ozeha izrađuje prodajne - propagandne planove zajedno s finansijskim planom i planom raspodjeljenja predstava. Taj plan predlaže poruke, koje treba brzo i kontroliранo prenijeti kupcima i potrošačima: riječu, slikom ili kojim drugim predstavom, izbor i realizaciju sredstava te troškove kreacije i raspodjeljivanja.

Ozeha raspolaže skupinom izvršnih grafičara, koji izrađuju likovna rješenja za plakate, oglase, prospkete, kataloge, etikete i ambalažu.

štimo u svom vlastitom foto-stolju ili na terenu u crnobijelj i kolor tehnicu. U svom

moderno opremljenom laboratoriju povećave i reduciraju slike, izrađuju plakete oborenje i kolor tradicionalne diopzalive.

Ozeha imo posebnu skupinu stručnjaka za embalažu, koja priprema tehnička rješenja za komercijalne i samoprodaju ambalažu. Uz ovu skupinu stručnjaka radi vlastite tiskare za stotisk, koji posebno prizvodi pre-slikice za papir, drvo, kamen, staklo i metal.

Ozeha raspolaže posebnim atelijerom, koji projektira i izrađuje izdabe i sajmove u zemljii i inozemstvu, snimanja i uređenja škola, reklamne ploče itd.

Ozeha projektira, izrađuje i postavlja neonske reklame za trgovine, industrijske uredije i poduzeća.

Ozeha priprema i nadzire izdopranje etikele, plakata, prospektata, kataloga i ostalih propagandnih i komercijalnih sredstava u offsetu, slofisku, boksičku i knjigofisku.

Ozeha priprema letakove i klijene za oglase, koje uverljivo u svu dobu, stručno i zahvaljuju stampu u zemljii i inozemstvu. U FNRJ izlazi svaki dan 18 dnevnika s ukupnom niskolom od 1.147.000 primjeraka i oko 1.500 stručnih i zabolvalih časopisa i biltena iz raznih grana.



Ozeha

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

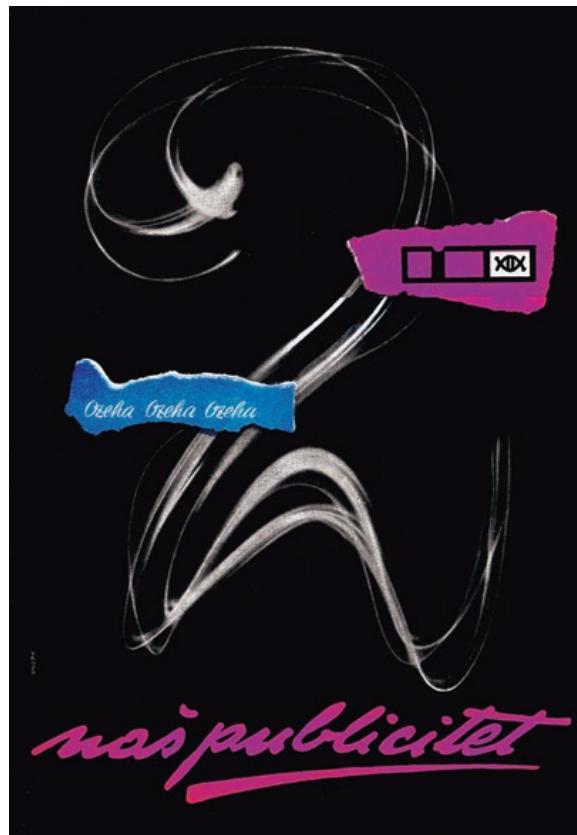
Znak i logotip agencije
Ozeha
dizajn: Milan Vulpe, 1950-e

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 urede 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".¹ 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".²



Čestitka "30 godina Ozeha"
dizajn: Slavko Henigsman, 1974.
Naslovica časpisa *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. Koncepcijski, izložba je zadržala svoje izvorište zacrtano na prvoj izložbi *Dizajn s feeedbackom / 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 poglavje *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 intezivno 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 fundusa 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*.³ 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 Zvomir 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”.⁴ Svjeđočanstva 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.⁵ 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 predočenih 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).

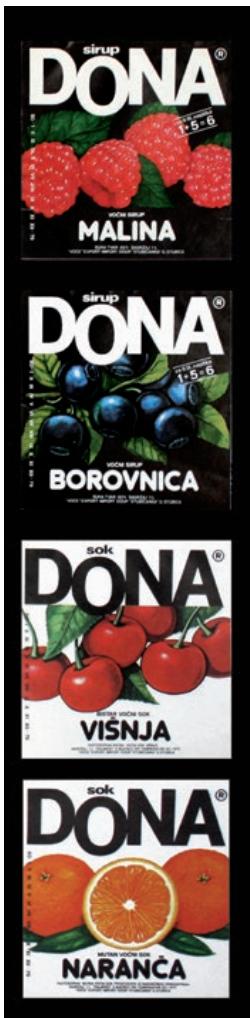
Ozeha



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

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

Destinacija: Sesvete



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

Ozeha

INKA TONIC WATER TO PIĆE JE OTKRIĆE



Nara

CEZAR ON THE ROCKS*

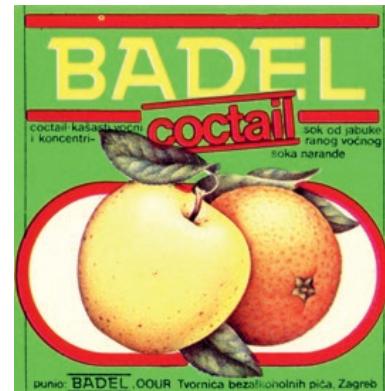
Kad valja put poprimit jantaru boju starog vinjaka CEZAR, a kosa od voća i voćnih šećera, a voda dovoljno od teže za akcijom, to je ljeto — vrijeme burnih avanata i novih otkrićja. CEZAR s ledom! Uzbudljiv, nov doživljaj... a ispod okusa plijenitog vinjaka CEZAR ostaje i s ledom isti.

ILI CEZAR ILI NIŠTA



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



Oglasne kampanje Kisko,
Badel (oglasni, 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

Ozeha

to smo mi...



OZEHNA DESIGN: I. ŠALIĆ - TIŠAK MULTIGRAF ZAGREB

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

New York

PEPSI-COLA & PAN AM
VODE VAS U NEW YORK GRAD UMETNOSTI

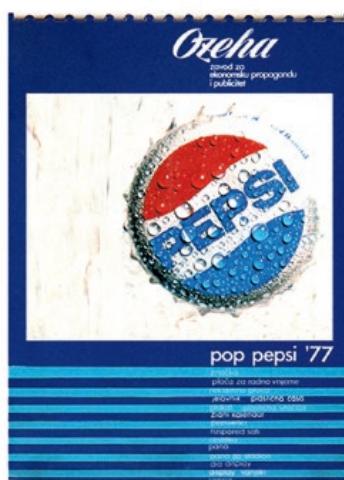
PROVEDITE VIKEND U NEW YORKU. UCESTVUJTE U NAGRADNOJ IGRI PEPSI COLA I PAN AM-a.

Od 10. IX do 17. X. 1996. godine traje Slobodnoj Dalmaciji. Večernjem listu i Nagrade: Supernagrada - vikend za dve osobe u New York-u, 10 vikenda u New York-u po jednu osobu, 60 Štajnbergovih postera "New Yorkers".

Već sada počnete da sakupljate zatvarače. Sve detalje o ovoj igri saznatec 5. IX u Novoj Makedoniji, Oslomediji.

Uživajte u Pepsi Coli i sakupljajte zatvarače.

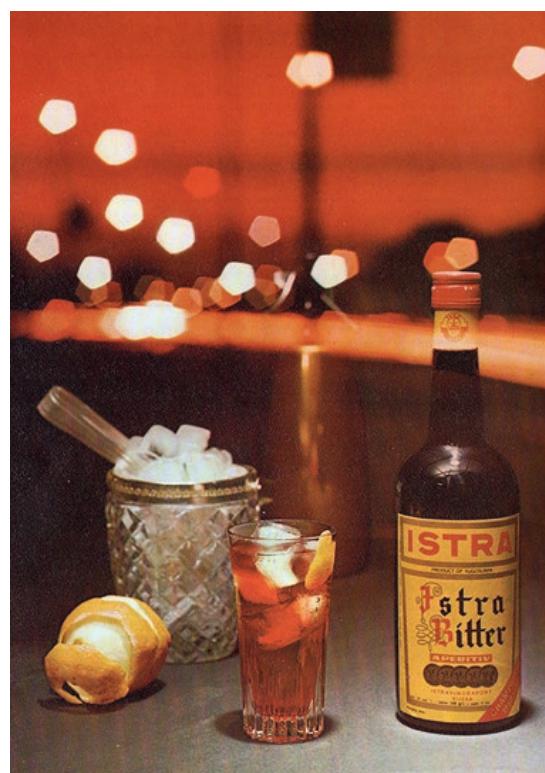
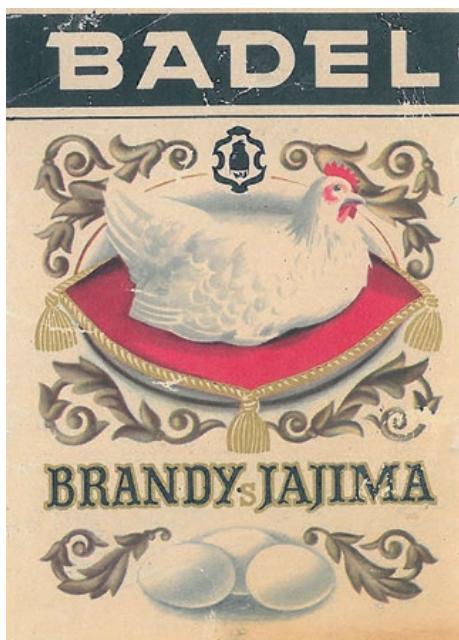
Pepsi-Cola. Hit nove generacije. **Pan Am. Nedostignivo iskustvo.**



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

Propagandne akcije, POP materijali Pepsi, Badel art direkcija: Slavko Henigsman, 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 prikaza nog materijala namijenjenog promociji bezalkoholnih i alkoholnih napitaka odnosi se na proizvode tvornice Badel (*Cezar, Inka, Kisko, Nara, Voćko* 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
JUPI
NAGRADO**

20.066 MAGRADNIH ŽETONOV V VREDNOSTI PO 10, 100,
300 IN 1.000 DINARJEV JE ODTISNJENIH NA POKROVKIH
VAŠE JUPI ORANŽADE

Vsek, ki bo pri odpiranju JUPI ORANŽADE našel nogradni žeton, ga lahko vnovči v eni izmed mnogih trgovin, supermarketov ali veleblagovnic, kjer prodajojo JUPI ORANŽADO, tako, da kupi blago po lastni izbiro v vrednosti, označeni na žetonu.

JUPI

nagradsna igra **JUPI**
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
Nagradsna igra JUPI, 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 ljetu 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, Parafinka, 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. Konceptualno 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, naslovnicu 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. "OZEGA – 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. DOMJANIĆA 5, SESVETE, PROSINAC
2024. – OŽUJAK 2025.

STRUČNA KONCEPCIJA IZLOŽBE:

Slavko Henigsman, Alira Hrabar Bekar

LIKOVNI POSTAV: Alira Hrabar Bekar,
Renata Ladović Meštrović

STRUČNA SURADNICA NA OBRADI
GRADIVA: Renata Ladović Meštrović

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 RAZGLEĐ: Mario Dokša

TISAK: Pozor

IZLOŽBA JE OSTVARENA UZ FINANCIJSKU
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, Miliivoj Ružić, Johan Sartori, Josip Silov, Silvano Skočaj, Petar Šalić, Pavao Šimudvarac, Marija Tomić, Branimir Zoraja, obitelji Šintić i Sartori.

Posuditelji grade: 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 Jalašić Ernečić; Željko Jurak; Kabinet grafički 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.