

IDEMO NA KAVU! INTERPRETACIJA PREDMETA IZ NAŠE SVAKODNEVICE¹

mr. sc. ZVJEZDANA ANTOŠ □ Etnografski muzej Zagreb, Zagreb

IM 41 (1-4) 2010.
IZ MUZEJSKE TEORIJE I PRAKSE
MUSEUM THEORY AND PRACTICE



sl.1.- 9. Fotografije s izložbe "Idemo na kavu" i događanja koja su se održavala za vrijeme izložbe u Etnografskom muzeju Zagreb, 2010.

Izložba *Idemo na kavu! Pogled zagrebačkih poduzetnika na kulturu konzumiranja kave*, Etnografskog muzeja Zagreb nastala je kao rezultat dvogodišnjeg istraživanja koje je provedeno u sklopu rada na projektu *Poduzetničke kulture i europski gradovi* što ga financira EU iz Programa kultura (2008. - 2010.), a usmjeren je na istraživanje maloga i srednjeg poduzetništva u sedam europskih gradova (Amsterdamu, Berlinu, Volosu, Barceloni, Liverpoolu, Luxembourgu i Zagrebu).² Projekt je prije svega obuhvatio ekonomske, socijalne i kulturne strategije poduzetnika, od kojih mnogi imaju imigrantsko zaleđe. Cilj projekta bio je pokazati kako su inovativnost i kreativnost povezani s novim poduzetničkim inicijativama u smislu promocije interdisciplinarnog skupljanja materijalne i nematerijalne baštine današnjih poduzetnika. S obzirom na to da je projekt bio interdisciplinarni, svaki je partner dao doprinos projektu iz svoje uže struke koristeći se specifičnom metodologijom muzejskog rada poput *outreach metode* kao inovativnog načina uključivanja nove publike u muzeje. Muzejski su stručnjaci na

zajedničkim radnim sastancima razmjenjivali informacije, a rezultate svojih istraživanja predstavili su na lokalnim izložbama i raznim aktivnostima koje su ostvarene u suradnji s poduzetnicima. Tijekom rada na projektu web stranica projekta <http://www.eciec.eu/> bila je mjesto za predstavljanje istraživanja u tijeku i prostor za stvaranje digitalne virtualne zbirke predmeta. Rezultati rada na projektu objavljeni su u zajedničkoj publikaciji i u *Digitalnom edukativnom katalogu*³ (DEK) na DVD-u, na kojemu je sedam europskih gradova ispričalo različite priče o poduzetničkim kulturama.

Sudjelovanje u projektu Etnografskom je muzeju u Zagrebu bilo izazov zato što je time omogućeno istraživanje teme koja do sada nije bila istražena na području urbane etnologije/kulturne antropologije u Hrvatskoj, ali i radi primjene inovativnih metoda za pridobivanje nove publike u muzej, kao i mogućnosti skupljanja predmeta iz naše sadašnjosti, te korištenja umjetnošću kao medijem. S obzirom na širinu teme, odlučili smo istraživanje usmjeriti na zagrebačke male poduzetnike koji se bave

1 Ovaj rad bio je predstavljen 9. studenoga 2010. na konferenciji ICME (ICOM-a Komiteta za etnografske muzeje) koja se održala u sklopu Generalne konferenciji ICOM-a u Shanghaiu od 8. do 10. studenoga 2010. Tema konferencije ICME bila je *Izazovi za muzeje / Muzeji i izazovi*. Rad na engleskom jeziku objavljen je na web stranici www.icme.org

2 Partneri u projektu su Povijesni muzej Amsterdam (AHM), Muzej europskih kultura (MEC), Berlin; Etnografski muzej (EMZ), Zagreb; Centar za povijesna istraživanja i dokumentaciju grada Volosa (AHM), Volos; Institut de Formation Sociale (IFS), Luxembourg; Povijesni muzej Barcelone (MUHBA), Barcelona i Nacionalni muzeji Liverpool (NML), Liverpool. Pridruženi su partneri Imagine Identity and Culture (Imagine IC), Amsterdam; Neighborhood museum, Berlin; Centre de Documentation sur les Migrations Humaines (CDMH), Dudenlange (L) i Gradski muzej Talin, Talin.

3 *Digitalni edukativni katalog (DEK)* - DVD-ROM izdao je Etnografski muzej u Zagrebu; uredila: Zvezdana Antoš.

4 Tijekom rada na pripremi izložbe *Idemo na kavu!* prikupila sam predmete za zbirku kućnog inventara koji se odnose na svakodnevnu kulturu konzumiranja kave u *kafićima*, poput šalica iz kojih pojedine osobe piju kavu kod kuće jer su njihove omiljene šalice. Dakle, pojedini predmeti imaju i emotivno značenje. Ciljano smo već prije prikupili nekoliko šalica iz 1970-ih i uključili ih u muzejsku zbirku. Na izložbi je bila predstavljena prva tvornica kave u Hrvatskoj *Franck*, koja osim kave prodaje poduzetnicima i šalice za kavu s imenom svoje tvrtke. *Franck* je za izložbu darovao Etnografskomu muzeju u Zagrebu serije takvih šalica od 1960-ih do danas, koje su uvrštene u zbirku kućnog inventara Etnografskog muzeja. S obzirom na to da se *Franck* šalice mogu vidjeti na terasama zagrebačkih kafića i da su vezane za zagrebačke poduzetnike, snimili smo film *Idemo na kavu!* u kojemu je predstavljena svakodnevna kultura konzumiranja kave. Tim smo načinom kontekstualizirali izložene predmete sa svakodnevnom životom, a ti su predmeti dobili novo značenje time što smo ih obogatili informacijama o osobama koje su ih rabile te onime što su im te šalice značile. Osim toga, dobili smo informacije i o proizvođaču šalica, odnosno o tvornici *Inker*, koja je od 1960-ih počela proizvoditi i šalice za kavu za tvornicu *Franck*. Šalice prikupljene za muzejsku zbirku odrazi su dizajna i ukusa određenog vremena, ali i navika ljudi jer su 1960-ih godina, primjerice, rabljene samo male šalice za crnu kavu, a u posljednjih dvadeset godina počele su se upotrebljavati i srednje i velike šalice, ovisno o kavi koja se iz njih pije. Novoskupljeni predmeti prikazani su i virtualno, odnosno na web stranici projekta *Poduzetničke kulture u europskim gradovima*, zajedno s predmetima iz drugih muzeja koji su sudjelovali u projektu. Interdisciplinarni pristup pri skupljanju predmeta omogućuje stvaranje novih značenja i interpretacije muzejskih predmeta, ovog puta u virtualnom obliku.

5 Film *Idemo na kavu!*: scenarij: Zvezdana Antoš, kamera, režija, montaža: Irena Ščurić, istraživanje: Zvezdana Antoš i Marija Živković, producent: Etnografski muzej, Zagreb 2010.

poslovima s kavom. Neposredan razlog za odabir te teme bila je činjenica da kavane i kafići kao mjesta konzumiranja kave nude zanimljivu perspektivu za proučavanje sadašnjeg života gradskih stanovnika i njihovih životnih stilova. S obzirom na zanimljivost teme, odlučili smo je šire razmotriti, odnosno obraditi s kulturološkog stajališta.

Cilj je ovoga rada prikazati kako su te metode bile korištene tijekom rada na lokalnom projektu *Idemo na kavu! Pogled zagrebačkih poduzetnika na kulturu konzumiranja kave*.

Skupljanje materijalne i nematerijalne baštine današnjih poduzetnika

Posljednjih se godina pristup u skupljanju predmeta u mnogim muzejima počeo mijenjati jer su muzeji postali usmjereni na potrebe svojih korisnika i zato su promijenili i svoju osnovnu djelatnost od skupljanja predmeta prema privlačenju posjetitelja. To ih je navelo da svoju pozornost pri skupljanju kulturne baštine usmjere na publiku, odnosno da uključe građane u dokumentiranje njihove povijesti i kulture. Takav pristup primijenjen je u projektu *Poduzetničke kulture u europskim gradovima* koji se odnosio na interdisciplinarno skupljanje predmeta. Projekt je rezultirao brojnim lokalnim projektima tijekom kojih su kustosi, muzejski pedagozi i volonteri surađivali s poduzetnicima i aktivno sudjelovali u skupljanju materijalne i nematerijalne kulturne baštine. Osnovna ideja bila je prikupiti predmete karakteristične za pojedini posao s kojima se pojedinci identificiraju. Pri tome je bilo osobito važno uspostaviti vezu s poduzetnicima koji će prepoznati muzej kao mjesto koje čuva njihovu povijest i kao mjesto interkulturalnog dijaloga. Traženje karakterističnih predmeta koji će predstaviti današnje poduzetnike i koji će ujedno prikazati današnju svakodnevnu kulturu za muzeje je bio nov izazov. Tako je Muzej europskih kultura u Berlinu prikupio predmete koji se odnose na posao vezan za proizvodnju i distribuciju *Döner kebaba*, a simbolizira današnju globalnu kulturu brze hrane *fast food culture*, koju su sa sobom donijeli i njezinu prodaju razvili turski poduzetnici što su imigrirali u Berlin.

U muzejskoj zbirci ti predmeti neće samo simbolizirati jedan tip kulture brze hrane, nego će predstavljati i određenu imigrantsku zajednicu u Berlinu (Turke).

Etnografski muzej u Zagrebu prikupio je predmete koji su vezani za konzumiranje kave i koji se odnose na male poduzetnike koji se bave poslovima s kavom. Naime, kavane i kafići urbani su fenomen i sastavni dijelovi globalne kulture i potrošačkog društva (konzumerizma). Osim toga, kafići su zanimljivi zato što se pojavljuju 1970-ih kao prvi oblici privatnog poduzetništva za vrijeme socijalizma te postaju omiljena mjesta za okupljanje Zagrepčana. Od 1990-ih, odnosno od osamostaljenja Hrvatske, dolazi do naglog uspona privatnog poduzetništva o čemu svjedoči činjenica da je do 2009. u

registar Hrvatske obrtničke komore upisano 16 000 vlasnika ugostiteljskih objekata. Jedan od razloga toliko velikog broja kafića jest i činjenica da su pojedini vlasnici kafića potkraj 1990-ih doselili u Zagreb iz različitih dijelova Hrvatske ili iz susjednih zemalja (iz BiH, Makedonije, Albanije i sl.) jer su željeli pokrenuti privatni posao odnosno učvrstiti i poboljšati svoj ekonomski status.

Dio povijesne muzejske zbirke (europske i neeuropske) brojni su predmeti koji simboliziraju konzumiranje kave od 19. st. do danas na razini svakodnevice. To je otvorilo novu mogućnost predstavljanja predmeta iz zbirki Etnografskog muzeja (nacionalne i neeuropske) i njihova povezivanja sa suvremenim predmetima iz naše svakodnevice. Skupljeni predmeti iz naše svakodnevice bit će uključeni u povijesnu zbirku i bit će dokument društvenog života u Hrvatskoj⁴.

Značenje pojedinog predmeta globalne kulture mijenja se s obzirom na znanstveno stajalište, kao i na njegovo socijalno okruženje, ali i na individualni kontekst. Pri tome je osim materijalnih predmeta potrebno prikupiti i sačuvati dokaze nematerijalne baštine. Ti su podaci izuzetno vrijedni i danas, a bit će osobito važni budućim istraživačima za proučavanje naše svakodnevice. Zato je snimljen film *Idemo na kavu!*⁵, u kojemu smo prikazali koliko su inovativnost i kreativnost utjecale na osmišljavanje poduzetničkog posla s kavom, pri čemu nam je osim mišljenja poduzetnika bilo važno i mišljenje njihovih gostiju, a i zaposlenika.

Prikupljena materijalna i nematerijalna baština današnjih poduzetnika važan je dokument koji oslikava svakodnevnicu urbanog života, ali i dobru podlogu za vizualnu interpretaciju prikupljenih predmeta. Zapravo, skupljanje predmeta iz naše svakodnevice za muzeje je izazov jer muzej mora biti u službi društva i dokumentirati sve njegove aspekte, uključujući i život imigranata. Pri skupljanju predmeta svakodnevice muzeji moraju u svoju praksu uključiti i teorijske aspekte, prije svega s područja urbane etnologije/antropologije i suvremene znanstvenologije, kojima će proširiti znanje o višestrukome značenju tih predmeta.

Virtualna zbirka predmeta o europskim poduzetnicima

U praksi skupljanja predmeta sadašnjosti pokazalo se da se buduća strategija prikupljanja predmeta mora odnositi na povezivanje različitih disciplina i predmeta s korisnicima. Društvene mreže na internetu omogućuju dostupnost zbirki fotografija širokom krugu posjetitelja. Takav je *Flickr*, na kojemu se korisnicima nudi mogućnost opisa i komentiranja predmeta, odnosno stvaranja priča o pojedinom predmetu. Jedan od ciljeva projekta *Poduzetničke kulture u europskim gradovima* bilo je stvaranje jedinstvene virtualne zbirke skupljanjem materijalne baštine o novim europskim poduzetnicima na web stranici projekta <http://www.eciec.eu/>.



Ta zbirka predmeta ima mogućnost proširenja dodavanjem priče i predmeta za muzejske zbirke. Fotografije predmeta skupljenih tijekom istraživanja i rada na lokalnim projektima bile su postavljene na stranicu ECEC

projekta i *linkom* povezane na *Flickr*. Izloženi muzejski predmeti koji su predstavljani zajedno s predmetima iz ostalih muzeja koji su sudjelovali na projektu postali su opće kulturno dobro.



Virtualne zbirke predmeta zanimljiv su medij za muzeje zahvaljujući višestrukoj mogućnosti skupljanja informacija o pojedinoj temi. Virtualno skupljanje predmeta

nudi mogućnost eksperimentiranja s različitim načinima skupljanja predmeta, kako virtualnih, tako i stvarnih. Zanimljivo je da su se neki muzeji u radu sa zajednicom

koristili društvenim mrežama na internetu kao mjestom na kojemu su ostvarili aktivnu suradnju sa zajednicom pri nabavi novih predmeta za muzejsku zbirku. Primjerice, Muzej grada Liverpoola za lokalni se projekt *Tajni život Smithdown Road* koristio se *Facebookom* kao inovativnim mjestom za uspostavu suradnje s lokalnom zajednicom. Na web stranici *Flickr* članovi *Facebooka* mogli su postaviti suvremene fotografije ulice, trgovina i njihovih vlasnika. To je omogućilo muzeju da razvije malu zbirku najbolje prodanih predmeta koji su dio posla pojedinog poduzetnika, uz fotografije i videodokumentaciju. Interaktivnom stranicom na internetu koristio se i Povijesni muzej Amsterdama kao portalom na kojemu su poduzetnici, njihovi klijenti i svi zainteresirani mogli postaviti svoje priče, videa, fotografije i predmete koji se odnose na trgovine u njihovu susjedstvu. Odabrani primjerci prikupljenog materijala iskoristit će se za izložbu koja će biti postavljena 2011. u Povijesnome muzeju Amsterdama, a pojedini predmeti postat će sastavni dio muzejske zbirke. Za razliku od virtualne zbirke, u kojoj su svim korisnicima otvorene mogućnosti sudjelovanja u stvaranju sadržaja zbirke, u fizičkoj muzejskoj zbirci konačna odluka i odabir predmeta uvijek pripada kustosima. Pred etnografskim je muzejima još jedan izazov jer u vezi s virtualnim zbirkama predmeta, naravno, postoje i brojne dvojbe glede njihove trajnosti, istinitosti podataka koji opisuju pojedini predmet ili fotografiju te načina kako oblikovati tu virtualnu zbirku u budućnosti.

Primjena outreach metode kao inovativnog načina uključivanja nove publike u muzeje

Zbog velikih i naglih demografskih promjena, posebno u zapadnoeuropskim državama, muzeji su se suočili s novim izazovom, odnosno počeli su osmišljavati različitu strategiju kako bi doveli u muzej novu vrstu publike. *Outreach* i participacijski program⁶ (*outreach work*) primijenili smo u radu s ciljanim grupama koje inače ne posjećuju muzej (poduzetnici, ljudi srednjih godina koji nemaju vremena posjećivati muzeje). *Outreach metoda* jedna je od važnih metoda koju smo primijenili u ovom projektu pri uspostavi kontakta s poduzetnicima kao grupom koja ne posjećuje muzeje, uglavnom zbog nedostatka slobodnog vremena.

Tijekom provedbe *outreacha* pobudili smo im zanimanje za izložbu i sadržaje muzeja te ih potaknuli na suradnju na izložbi.

Kako bismo se približili svojim korisnicima, razgovor smo vodili u kafiću u kojemu smo predstavili svoj muzej i pozvali poduzetnike na sudjelovanje. Poduzetnici su nas upoznali s nekim stalnim klijentima, koji su se uključili u naše istraživanje. Pojedini su poduzetnici donirali predmete za našu zbirku, kao i njihovi klijenti, a proces skupljanja predmeta trajao je tijekom cijele izložbe.

Naslov izložbe *Idemo na kavu!* označava poziv na druženje u muzeju, zato što kava u Hrvatskoj znači mnogo više od crnog napitka za razbuđivanje - ona povezuje

ljude, i to doslovno! Pitanje *Idemo na kavu?* označava poziv na poslovni, prijateljski ili politički razgovor. Zato smo u sklopu događanja organizirali *talk show* s bivšim hrvatskim predsjednikom Stjepanom Mesićem, koji je tijekom desetogodišnjeg mandata popio kavu s više od 16 000 građana. Poziv na događanje uz izložbu privukao je novu ciljanu grupu koja inače ne posjećuje muzej. Radeći s poduzetnicima i njihovim klijentima u muzeju i izvan njega, uključili smo građane u razne muzejske aktivnosti koje su se odnosile na izložbu. Osim toga, organizirali smo brojne radionice, degustacije kave i događanja u kojima je publika mogla aktivno sudjelovati.

U suradnji s poduzetnicima ostvarili smo kontakt tako da su dolazili u Muzej zato što im je bila zanimljiva tema kave, te su željeli uspostaviti suradnju s Muzejom u smislu promocije njihova posla (reklamiranja cafe aparata, zelene kave u tretmanima ljepote ili promocije mirisa na bazi kave). Ono što su poduzetnici svakako uspjeli dobiti u suradnji u ovom projektu jest publicitet i novo iskustvo. Izložba je bila odlično posjećena i mnogima je pomogla u promociji njihova posla.

Posebna vrijednost opisanog projekta bila je suradnja sa zagrebačkim umjetnicima. Bolju interpretaciju i kontekstualizaciju izloženih predmeta omogućilo je predstavljanje radova suvremenih umjetnika nastalih propitivanjem socijalnoga i društvenog značenja kave koji su bili iskorišteni na izložbi *Idemo na kavu!* u Etnografskome muzeju u Zagrebu. Umjetnici su svoje radove, nastale propitivanjem socijalnoga i društvenog značenja kave, prikazali specifičnim, konceptualnim vizualnim jezikom. Pri tome su dali svoj pogled na svakodnevnu kulturu, odnosno na kulturu koja je dio svakodnevne prakse i života većine nas.⁷

Primjerice, jedan od umjetnika koji promptno i na vrlo autentičan način reagira na različite društvene i umjetničke trendove poznati je multimedijски umjetnik Dalibor Martinis, koji je održao performans *Kava s predsjednikom Daliborom Martinisom*. Za vrijeme predsjedničke kampanje 2009. umjetnik Dalibor Martinis odlučio je iskoristiti uobičajene neformalne susrete hrvatskog predsjednika s građanima kao oblik osobnih susreta s posjetiteljima svoje izložbe. Za tu se priliku privremeno "proglasio" predsjednikom Republike Hrvatske. I u toj je prilici umjetnik "predsjednik" u neformalnom druženju s posjetiteljima izložbe razgovarao o svim aktualnim temama društvenoga, kulturnoga i umjetničkog značenja, dakako, uz kavu.

Uključivanje zajednice u projekte omogućuje muzeju učvršćenje njegova položaja u društvu, te on postaje mjesto socijalizacije i izražaja suvremenih društvenih tema koje prikazuje putem poruka. Zadaća etnografskih zbirki jest učvršćenje veze između muzeja i njegovih zajednica, uz istodobno stvaranje arhiva i dokumentacije o nematerijalnoj baštini u muzeju koja će olakšati poticanje međukulturalnog dijaloga. Jedna od uloga etnografskih muzeja u suvremenom svijetu, u kontekstu

⁶ Tomislav Šola koristio se terminom *outreach* i participacijskim programom za provedbu *outreacha* u knjizi *Essays on museums and their theory, towards a cybernetic museum* (Šola, 2004:96).

⁷ Dvije umjetnice koje žive na različitim stranama svijeta, Jasenka Bulj iz Zagreba i Vanja Zarić iz Sydneya, bilježile su na fotografijama svoje druženje "na kavici". Izloženim fotografijama projekta *Kavica - Coffee* pokušale su pronaći odgovore na pitanja što poziv na kavicu danas znači i što se skriva u rituelu ispijanja kave koja nas veže uz stolicu s dvjema šalicama. Na izložbi je predstavljen i rad Maje Rožman pod nazivom *Napitak za umjetnike*. Rad kojim se ta umjetnica predstavlja stvaralački je proces performativnog karaktera koji valorizira element davanja kuhanjem kave koju umjetnica priprema prema receptima iz kataloga.



multikulturalnih društava jest inventiranje i dokumentiranje svih aspekata nematerijalne baštine. Istraživačima se pri tome nude brojne perspektive koje se odnose na dokumentiranje modifikacija i, posebno, inovacija koje će im pomoći u razumijevanju povijesnog nasljeđa. Suvremeni etnografski muzej nije samo sinonim za čuvanje i prezentaciju etnografskih predmeta nego i za njegovu uključenost u različite oblike društvenoga, ekonomskoga i regionalnog razvoja. Razvoj i primjena novih praksi u europskim etnografskim muzejima izazov je za muzejsku profesiju koja se susreće s novom vrstom posla i novim načinima prezentacije.

Primljeno: 22. prosinca 2010.

LITERATURA

1. Zvezdana Antoš (ur.), DEK-Digital exhibition kit *Entrepreneurial Cultures in Europe*, Etnografski muzej Zagreb, Zagreb, 2010.
2. Zvezdana Antoš, *Idemo na kavu! Pogled zagrebačkih poduzetnika na kulturu konzumiranja kave*, katalog izložbe, Etnografski muzej Zagreb, Zagreb, 2010.
3. Elisabeth Tietmeyer, Renée Kistemaker (ur.), *Entrepreneurial Cultures in Europe-Stories and museum projects from seven cities*, MEK, Berlin, 2010.
4. Rita Klages, Elisabeth Tietmeyer, Dagmar Neuland-Kitzerow, *Doner, Delivery and Design – Entrepreneurs in Berlin, Documentation of a 2009/10 workshop exhibition*, Museum of European Cultures – National Museum in Berlin, Berlin, 2010.

LET'S GO FOR A COFFEE!**THE INTERPRETATION OF OBJECTS FROM EVERYDAY LIFE**

The exhibition *Let's go for a coffee! The view of Zagreb enterprises on coffee-consuming culture* of the Ethnographic Museum in Zagreb was created from the results of two years of research carried out as part of work on the project **Entrepreneurial Cultures and European Cities** financed by the EU from the Cultures Programme (2008-2010) and aimed at research into SMEs in seven European cities (Amsterdam, Berlin, Volos, Barcelona, Liverpool, Luxemburg and Zagreb). The project primarily encompassed the economic, social and cultural strategies of the enterprises, many of whom had an immigrant background.

The objective was to show how innovation and creativity were connected with new entrepreneurial initiatives concerned with the promotion of interdisciplinary collection of the material and intangible heritage of today's enterprises. Since the project was interdisciplinary, each partner made its contribution to the project from its own immediate sphere of competence, making use of the specific methodology of museum work like the outreach method, an innovative way of getting a new public involved in the museums. Museum experts at the joint working sessions exchanged information, and presented the results of their research at local exhibitions and various activities that were produced in concert with the enterprises. During work on the project the Web site <http://www.eciec.eu> was a place for the presentation of research in progress and a space for the creation of a digital, virtual collection of objects. Results of work on the project are published in a joint publication in a digital educational catalogue (DEC) on DVD, in which the seven European cities told their own individual tales of entrepreneurial cultures.

The Ethnographic Museum in Zagreb collects objects connected with the drinking of coffee and related to the small enterprises that deal with the coffee business. Cafes and coffee shops are an urban phenomenon and component parts of global culture and the consumer society. In addition, coffee bars are interesting for having been the first form of private enterprise to appear during socialism, and became favourite places for Zagreb people to get together. Since the 1990s, or Croatian independence, there has been a sudden rise in private enterprise, as shown by the fact that in the Croatian Chamber of Trades register in 2009 more than 16,000 owners of hospitality outlets were recorded. Part of the historical museum collection (European and non-European) consists of numerous objects that stand for coffee consumption since the 19th century at the everyday level. This opened up a new opportunity for presenting objects from the collections of the Ethnographic Museum (national and non-European) and their connection with contemporary objects from our everyday life. The objects collected from our quotidian will be included in the historical collection, forming a document of social life in Croatia.

The film *Let's go for a coffee!* was shot, in which we showed how much innovation and creativity have affected the way entrepreneurial activities with coffee are devised, with not only the opinions of the entrepreneurs, but also of their guests and employees, being important.