
OSTAVŠTINA MODNOG KREATORA TVORNICE „KAMENSKO” ZDENKA KRPAN U FUNDUSU MUZEJA GRADA ZAGREBA

IVANA ČULJAK □ Zagreb

Uvod. Tvornica Kamensko je zbog malverzacija i stečaja 2010., nakon kojega je uslijedio štrajk radnica, privukla veliku pozornost medija, nevladinih udruga i šire javnosti. Svi ti akteri podržali su štrajk radnica te pokušali pronaći rješenja za zajedničko djelovanje u trenutku zatvaranja tvornice čiji je stečaj zaključen 2017. godine.¹

Nasuprot tim zbivanjima, u nastavku teksta fokus je stavljen na materijalne i vizualne tragove koji, osobito danas, kada je tvornica prestala raditi, revaloriziraju prošlost tvornice Kamensko u kontekstu proizvodnje muške konfekcije koju je kreirao Zdenko Krpan. Rad se bavi razvojem jednog segmenta domaće konfekcije kroz perspektivu profesionalne biografije „kreatora muškog asortimana odjeće”. Istraživanje se temelji na obradi njegove ostavštine, koja je 2017. postala dio fundusa Zbirke mode, modnog pribora i tekstila Muzeja grada Zagreba.

U ostavštini su sačuvani različiti predmeti – materijalna, vizualna i tiskana građa koja prati njegov rad u tvornici Kamensko. Na osnovi sačuvane građe, ostavštinu možemo podijeliti na dva ključna razdoblja koja označavaju promjene u razvoju konfekcije. Prvo se razdoblje odnosi se na 1970-e godine i na vrijeme kada je Zdenko Krpan, nakon što se zaposlio u Kamenskom, uveo modni proizvodni program. Drugo razdoblje obuhvaća 1990-e godine, kada je tvornica Kamensko, u kontekstu tržišnog repozicioniranja i rebrendiranja, proširila asortiman na konfekciju za žene i mlade uvođenjem novih trendova te inozemne modne marke na tržište.

Zdenko Krpan – kreator muškog asortimana odjeće

Zdenko Krpan zaposlio se u tvornici Kamensko na radno mjesto kreatora muškog asortimana odjeće 1971. godine.² Na tom je radnom mjestu kreirao modnu i klasičnu mušku konfekciju do umirovljena. Uz rad je stekao diplomu na Višoj tekstilno-tehnološkoj školi, koja je počela obrazovati dizajnere tekstila i odjeće sredinom 1970-ih godina.³ S obzirom na formalno obrazovanje, Zdenko Krpan bio je jedan od prvih visokoškoloovanih modnih kreatora u tvornici Kamensko.⁴

U osobnoj hemeroteci sačuvana je tiskana građa koja prati njegovu profesionalnu biografiju. U njoj se Zdenko



Krpan pojavljuje u kontekstu modnih komentara, autorskih članka, intervjua i reportaža. Ta tiskana građa potvrđuje da je bio priznati akter domaće modne scene. Njegov je rad afirmirala i prepoznava stručna zajednica, o čemu svjedoče brojna priznanja i nagrade koje je dobivao na domaćim modnim manifestacijama.⁵

Usto, i sačuvani autorski članci iz tvorničkih novina *Glasnik* potvrđuju da je Krpan pratio aktualna zbivanja u području proizvodnje modne konfekcije i da je razumijevao diskurs modnoga industrijskog dizajna koji je tada bio u zamahu. U kontekstu velikoserijske proizvodnje odjeće nalazio je rješenja za, prema njemu, najvažniji zadatak kreatora u industrijskoj proizvodnji odjeće. O tome u autorskom članku *Uloga modnih kreatora u industriji odjeće – Stalno na izvoru noviteta* piše:

Zadatak i uloga modnih kreatora u industrijskoj proizvodnji jest izuzetno velika, dakako veća nego što se čini na prvi pogled. Prije svega treba učiniti razliku između modnih kreatora koji rade modele za visoku modu, s ograničenim mogućnostima prodaje jednog te istog modela i kreatora u industriji koji imaju daleko kompleksniji i važniji

IM 51, 2020.
RIJEČ JE O...
MAIN FEATURE

sl.1. Zdenko Krpan u Kamenskom – tvornici odjeće i rublja Zagreb. Nepoznati autor. Fundus Muzeja grada Zagreba.

1 Jutarnji list, „Zaključen stečaj tvrtke Kamensko. Sva imovina je unovčena tijekom stečajnog postupka, najveća nekretnina prodana za 24 milijuna kuna”, <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/zaključen-stečaj-tvrtke-kamensko-sva-imovina-je-unovčena-tijekom-stečajnog-postupka-najveća-nekretnina-prodana-za-24-milijuna-kuna-6699606> (pristupljeno 15. rujna 2020.).

2 Đurđa Milanović, „Kako se kroji casual”, *Start*, 3. studenog 1984., 60.

3 Više o obrazovanju u području modnoga i tekstilnog dizajna vidjeti na stranici Tekstilno-tehnološkog fakulteta: <https://www.ttf.unizg.hr/povijest/112> (pristupljeno 15. rujna 2020.).

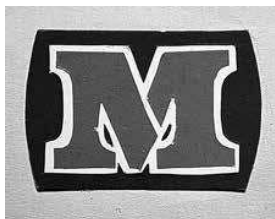
4 Zbog nepostojanja visokoškolskih ustanova u kojima bi se obrazovali modni kreatori, u tvornicama se do sredine 1970-ih zapošljavaju likovni umjetnici, primjerice, umjetnica Đurđa Zelmanović „[...] akademski slikar i modni kreator naše tvornice (koja se) odnedavno bavi kreiranjem modela u industriji odjeće”; Nepoznati autor, „Uspjeh Đurđe Zelmanović”, *Glasnik* br. 2 (1972): 2.

5 „[...] Dobitnik je ‘Zlatnog zmaja’, Ljubljana 1974, ‘Diplome mladih potrošača’, Bgd 1974, ‘Zlatne pupe’, Zagreb 1975, ‘Zlatnog modefesta’”, *Modefest* 1975.

Nepoznati autor, „Naši najpoznatiji kreatori specijalno za ‘Svijet: ON’”, *Svijet*, 24. prosinca 1975., 65.

sl.2. Modna revija tvornice Kamensko na festivalu *Modefest* 1974. godine. Nepoznati autor. Fundus Muzeja grada Zagreba.

sl.3. Varijacije loga modne marke *Major*. Autor: Zdenko Krpan. Fundus Muzeja grada Zagreba.



6 Zdenko Krpan, „Uloga modnih kreatora u industriji odjeće – Stalno na izvoru noviteta”, *Glasnik* br. 2 (1972): 8.

7 Zdenko Krpan, „Kako su nastale ‘traperice’ – dragocjeno šatorsko platno”, *Glasnik* br. 9-10 (1973): 8.

8 Milanović, „Kako se kroji casual”, str. 60.

9 Zdenko Krpan, „Kolekcija ‘Major’ postaje hit”, *Glasnik* br. 45 (1982): 5.



zadatak, jer moraju pogoditi ukus većine, zadovoljiti sve, a opet učiniti da se nitko ne osjeća uniformiranim (...) htio sam upozoriti na složenost posla koji obavlja kreativna služba u našoj tvornici.⁶

Robna marka *Jeans Major*

Prateći svjetske modne trendove, Zdenko Krpan inicirao je proizvodnju traper-odjeće na tržištu, predstavljenu pod modnom markom *Jeans Major*, kasnije *Major*. U tvorničkim novinama *Glasnik*, koje su sačuvane u njegovoj hemerotezi, najavio je proizvodnju novog „blue jeans” programa ovim riječima: (...) *budući da smo nabavili originalnu blu džins tkaninu i naša će tvornica, prva u Jugoslaviji, početi s izradom džins programa.*⁷

U ostavštini su sačuvani neki od prvih tvorničkih uzoraka – traperice i traper-jakna, koje je Zdenko Krpan dizajnirao te kasnije i nosio. Za te je uzorke važno da su u procesu industrijske proizvodnje bili realizacija vizije odjavnog predmeta koji je podlijegao procesu testiranja kroja, materijala i tehnološke opreme te redizajniranju, nakon čega je slijedilo komercijalno vrednovanje odjavnih predmeta u Odjelu za prodaju.⁸

Nakon plasiranja *jeans*-programa Zdenko Krpan je proširio asortiman na proizvodnju odjeće u *casual*-stilu izrađene (...) *u suzvučju svjetskih hit-materijala (...) od džinsa, lana i pamučnih tkanina svim uzrastima i dobima za iduće proljeće i ljeto.*⁹ Program je bio objedinjen pod robnom markom *Major*, u sklopu koje se proizvodio *Jeans Major*. Krpan je sačuvao autorske skice loga te modne marke, njegove kolažne verzije te uzorak konačnog loga u dvije boje, izrađen tehnikom štikanja na traper-materijalu. Sačuvani predmeti i skice dokumentiraju dijelove kreativnog procesa industrijske proizvodnje odjeće koji su se događali „iza kulisa” tvornice, unutar kreativnog odjela.

Uz spomenutu „pozadinsku” građu, sačuvana je pepeljara s imenom brenda *Major*, reportažne fotografije s revija, fotografska dokumentacija sa sajmova te promidžbeni katalozi tvornice Kamensko, koji u nedostatku odjavnih predmeta daju informacije o modnim kolekcijama te tvornice.

Promocija na domaćim modnim manifestacijama

Fotografska građa sa sudjelovanja na domaćim sajmovima te reportažne fotografije s modnih revija dokumentiraju promociju modnih marki *Major*, *Jeans Major* i kolekcija izrađenih od *wooler* tkanine. Sačuvane fotografije osobito se odnose na 1970-e godine i razdoblje uzleta muške konfekcije te na promociju na domaćim sajmovima i revijama. Samo se jedna fotografija, koju je snimio sam Krpan, odnosi na kasnije razdoblje i nije vezana za promidžbene aktivnosti već za tržišni položaj tvornice Kamensko. Riječ je o panoramskoj fotografiji snimljenoj 1990-ih godina koja dokumentira reklame brojnih domaćih sponzora na stadionu Maksimir, među njima i tvornice Kamensko, čija se osvijetljena reklama u formi logotipa izdvaja među ostalima.

Fotografska dokumentacija sa sajmova ilustrira načine izlaganja odjavnih predmeta unutar izložbenog prostora što su ga, radi što konkurentnije i kvalitetnije promocije, uređivali aranžeri. Na fotografijama se vide različiti modeli muških sakoa, hlača, odijela, kaputa i košulja uz koje stoje licencirane oznake proizvođača tekstila poput *Woolmarka*, čija se oznaka nalazi i u katalogu za inozemno tržište za jesen/zimu 1973., te licencija *Klopman – a fabric you can lean on*. U ostavštini su sačuvane mape s uzorcima tekstila francuskoga i njemačkog proizvođača tkanina iz 1990-ih i nadalje.

Reportažne fotografije s modnog festivala *Modefest – jugoslavenski festival mode* dokumentiraju modne revije tvornice Kamensko. Festival je bio zamišljen kao putujuća manifestacija koja je gostovala u dvadesetak jugoslavenskih gradova, a završavala je u Zagrebu. Cilj festivala bio je spojiti „proizvođača – trgovinu – potrošača” te uključiti gledatelje u anketno ocjenjivanje kolekcija domaćih modnih kreatora i proizvođača tekstilne i prateće industrije.¹⁰

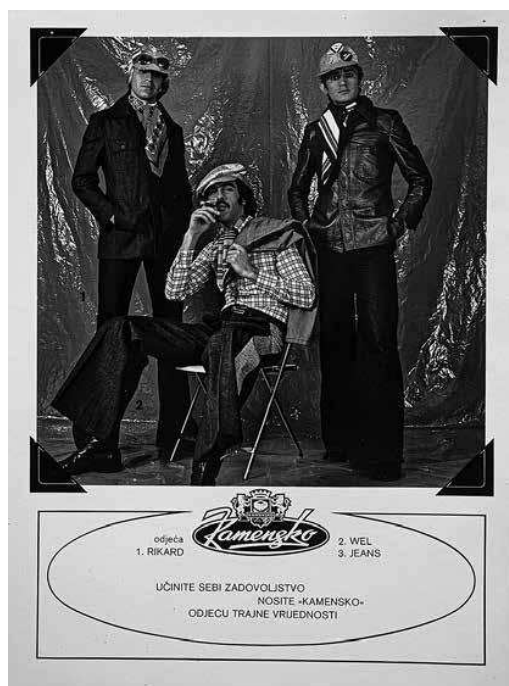
Na poleđini tih fotografija nalaze se bilješke press-službe *Modefesta* koje sadržavaju informacije o mjestu i godini održavanja festivala te o recepciji kolekcije među publikom i novinarima. U Banjaluci 1974. „publika je pozdravljala pljeskom kolekciju *Jeans Major*”, a novinari su je u osvrtima nazvali „gaučima na pozornici”.¹¹

Inovacija u proizvodnji konfekcije – *wooler* tkanina

U ostavštini Zdenka Krpana nalazi se i nekoliko kataloga modnog festivala te plakat. Iz jednog kataloga doznaje se da je 1975. tvornica Kamensko predstavila kolekciju izrađenu od nove *wooler* tkanine.¹²

U katalogu festivala uredništvo piše: *U ovoj godini Kamensko – kuća europske mode prezentirat će tržištu kolekciju modela izrađenu iz novog tipa tkanine [...] Wooler tkanina je tkanina današnjeg trenda [...] modeli po najnovijoj evropskoj modi.*¹³

Prateći trendove na tržištu i u proizvodnji, Zdenko Krpan, na inicijativu Odjela prodaje, dizajnirao je *wooler*



tkanine u suradnji s jugoslavenskim proizvođačima tekstila. Tkanina se za domaće tržište proizvodila u različitim „modnim bojama i nijansama“ te je bila zaštitni znak tvornice Kamensko. Njezina vrijednost bila je u sirovinском sastavu – 55 posto runske vune i 45 posto poliestera – zbog kojega je bila trajna i laka za održavanje.

U promotivnom katalogu tvornice Kamensko iz 1975. predstavljen je cjelovit modni asortiman u obliku mape fotografija koje prezentiraju modele odjeće (eng. *look book*). Modeli izrađeni od *wooler* tkanina zvali su se *Wooler – Cavtat*, *Wooler – Roma*, *Wooler – Bali*, *Wooler – Strumica*, *Wooler – Zemun*. U nedostatku materijalnih svjedočanstva, sačuvana pisana i vizualna građa poput promotivnog kataloga i fotografija jedini su izvor informacija o tome kako je izgledala modna konfekcija te kako se promovirala na domaćem tržištu.

Promotivni katalogi i brendiranje na domaćemu i inozemnom tržištu

Godine 1952., nakon ukidanja proizvodnje odjeće, rublja i obuće za potrebe Jugoslavenske narodne armije, tvornica Kamensko pokrenula je proizvodnju odjeće za široku potrošnju.¹⁴ Za domaće tržište u početku su se proizvodile muške košulje, a za izvoz muška odijela. Suradnja s inozemnim modnim kućama bila je usmjerena na proizvodnju i prodaju konfekcije, a početak izvoza datira još iz 1954. godine.¹⁵

U ostavštini Zdenka Krpana nalaze se dva kataloga za inozemno tržište, na njemačkome i na engleskom jeziku. Najstariji katalog namijenjen njemačkom tržištu potječe iz 1971. U njemu je na oko pedesetak stranica predstavljena *Kollektion 1/1972*, koju čine različiti modeli

iz muške konfekcije prezentirani tehničkim crtežom i opisom.

Katalog za englesko tržište za kolekciju proljeće/ljeto 1973. sadržava informacije o tvornici, modne ilustracije u boji, tehničke crteže modela, crno-bijele modne fotografije, tablicu mjera te oznaku *Woolmar*. Iz njega doznajemo da je „Kamensko Company Men’s and Boy’s wear“ godišnje proizvodilo i prodavalo 3,5 milijuna košulja, 1,3 milijuna hlača i druge odjevne predmete koji su se mogli pronaći na tržištima Savezne Republike Njemačke, Francuske, Švicarske, Danske i drugdje.¹⁶

Sačuvani katalog za domaće tržište iz 1973. označava promjene u tvornici Kamensko. Promjene su se odnosile na novi način brendiranja konfekcije i tržišnog repositioniranja, ali i na modernizaciju i izgradnju nove tvorničke zgrade u Reljkovićevoj ulici. Promjene u poslovanju odrazile su se na promjenu imena tvornice. Naziv *Kamensko – tvornica odjeće i rublja Zagreb* promijenjen je u *Kamensko – kuća europske mode*. Novi naziv (...) koji *grupacija Kamensko nosi u Jugoslaviji, nije niti pretenziono niti slučajno izabran. U ne laganoj konkurenciji u gotovo svim europskim zemljama kao i preko oceana, bila bi izgubljena trka, ako se ne bi držao korak s modom u svijetu.*¹⁷

U Krpanovoj ostavštini sačuvano je nekoliko fotografija koje pokazuju nekadašnju Bataljunsku vojarnu te izgled nove tvornice.¹⁸ Izgradnja tvornice označila je i svojevrsni novi početak. Cilj je bio ponuditi kupcu kvalitetu i umjerenu cijenu, a u oblikovanju proizvoda osigurati *suvremenu i modernu odjeću (...) koja kupcu garantira individualnost, pridonosi njegovom zadovoljstvu.*¹⁹

Druga skupina sačuvanih promidžbenih kataloga odnosi

sl.4.-5. Odjevni asortiman tvornice Kamensko iz 1975. godine. OZEHA Zagreb. Fundus Muzeja grada Zagreba.

10 Katalog *Modefest 74* (1974).

11 Riječ *gaučo* označava čuvara velikih stada goveda u južnoameričkim pampama, kreće se na konju; Hrvatski jezični portal: <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno 15. rujna 2020.).

12 Katalog *Modefest 75* (1975).

13 Katalog *Modefest 75* (1975).

14 Kosavec, „Trideset godina ‘Kamenskog’“, *Glasnik* br. 2 (1972): 2.

15 Isto.

16 Katalog tvornice Kamensko *Spring-Summer 1973*.

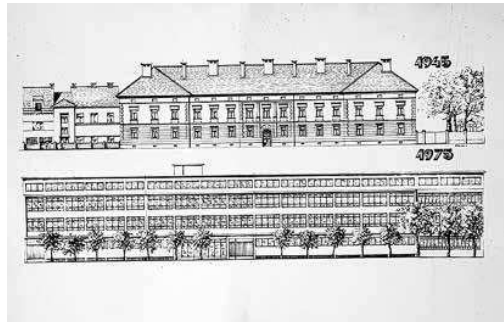
17 Katalog tvornice Kamensko *MODA 1973*.

18 Tvornica Kamensko počela je raditi kao radionica za izradu i popravak odjeće i obuće za potrebe boraca Narodno oslobodilačke vojske Jugoslavije u istoimenome ličkom selu 1943. Nakon oslobođenja radionica je premještena na tadašnju zapadnu periferiju Zagreba, u nekadašnju Bataljunsku vojarnu i vojno-odjevni zavod. O početcima tvornice Kamensko vidjeti u: Valent Kosavec, „Trideset godina ‘Kamenskog’“, *Glasnik* br. 2 (1972): 2. O Bataljunskoj vojarni vidjeti u: Snješka Knežević, *Zagreb u središtu* (Zagreb: Barbat, 2003), 114.

19 Katalog tvornice Kamensko *MODA 1973*.

sl.6. Fotografija projekta izgradnje nove zgrade tvornice Kamensko u Reljkovićevoj ulici. Nepoznata godina. Fundus Muzeja grada Zagreba.

sl.7. Odjevni asortiman tvornice Kamensko iz kataloga *MODA 1973. godine*. Realizacija: Propagandi odjel Kamensko. Fundus Muzeja grada Zagreba.



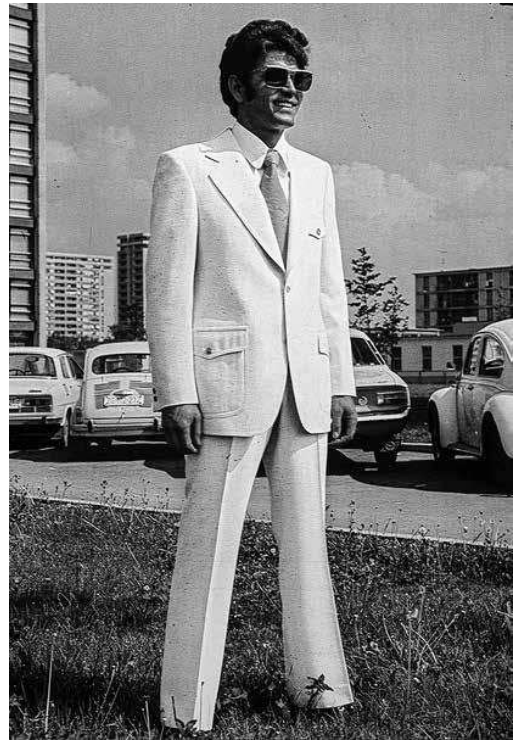
se na drugu fazu razvoja konfekcije, na 1990-e godine. Tada dolazi do pretvorbe tvornice u dioničko društvo i do tržišnog rebrandiranja. Uvodi se modna maraka *KAZA*, koja obuhvaća žensku i mušku odjeću „za poslovne sastanke, put ili večer” te modna marka *PRINCE*, namijenjena mladima, koja je službeno promovirana 1999.²⁰ U ostavštini Zdenka Krpana sačuvana je ženska nenošena suknja modne marke *KAZA*, na kojoj se nalazi oznaka s cijenom, te katalozi u kojima se promoviraju modeli spomenutih modnih marki i kolekcija poznate francuske modne kuće *Pierre Cardin*.

Licencija *Pierre Cardin*

Početakom 1990-ih licencija za proizvodnju konfekcije modne marke *Pierre Cardin* u potpunosti je opravdala sintagmu „kuća europske mode”. Unatoč teškim političkim i gospodarskim okolnostima, tvrtka Kamensko potpisala je ugovor o licenciranoj proizvodnji odjeće za hrvatsko tržište s francuskom modnom kućom *Pierre Cardin*. Dobivanjem licencije tvornica Kamensko potvrdila je svoju kompetentnost glede kreativnoga stručnog osoblja i proizvodnje.

U razgovoru sa Zdenkom Krpanom²¹ saznajemo da je postupak dobivanja licencije podrazumijevao ispitivanje kvalitete proizvodnog procesa od francuskog partnera te edukaciju dizajnera tvornice Kamensko u Parizu. Edukacija je bila dio procesa održavanja kontrole kvalitete proizvoda modne kuće *Pierre Cardin*, a cilj edukacije bio je razumjeti i usvojiti dizajnerski izričaj te modne kuće (tzv. *L'spirit de Cardin*). U tvornicu Kamensko pristizale su modne ilustracije odnosno predlošci koje bi dizajneri u kreativnom procesu prilagođivali domaćem tržištu. Svaku bi kolekciju prije promocije i prodaje ocijenilo stručno osoblje te modne kuće. Mušku kolekciju dizajnirao je Zdenko Krpan, dok je žensku kolekciju dizajnirala Ingrid Matasić, koja je kao obrazovana dizajnerica u tvornici Kamensko počela raditi 1996-ih godine.

U ostavštini Zdenka Krpana sačuvana je korespondencija s modnom kućom *Pierre Cardin*. Iz pisanog dokumenta saznajemo da ta pariška modna kuća šalje tvornici Kamensko deset krojeva za proizvodnju kolekcije jesen/zima 1991./92. godine.²² Sačuvano je nekoliko takvih nekorištenih krojnih slika za muške modele odjeće te digitalizirane modne ilustracije muških modela i pisani



dokument na kojemu su pričvršćene prišivne etikete *Pierre Cardin*.

Zdenko Krpan sačuvao je i nekoliko odjevnih premeta, među kojima je sako koji nosi tragove „profesionalne” personalizacije. Sako je robne marke *KAZA*, čija je oznaka smještena na unutarnjoj strani sakoa. Uz prišivenu etiketu na vanjskoj strani nalaze se gumbi s oznakama robne marke *Pierre Cardin*, koje je Krpan sam prišio.

Zaključak. Ostavština Zdenka Krpana sadržava informacije o povijesti tvornice Kamensko iz perspektive profesionalne biografije te dokumentira dijelove procesa industrijske proizvodnje odjeće i promociju modnih kolekcija na tržištu. Uzimajući u obzir sudbinu tvornice Kamensko, ostavština upućuje na dizajnerska i tehnološka postignuća domaće tvornice konfekcije, koja je niz desetljeća postizala značajne poslovne uspjehe. U vrijeme naglog razvoja tekstilne industrije 1950-ih i 1960-ih godina u Hrvatskoj imena stručnjaka zaslužnih za oblikovanje odjevnih predmeta namijenjenih širokom tržištu ostala su neutvrđena i javnosti nepoznata. Stoga je donacija Zdenka Krpana Muzeju grada Zagreba poticaj za daljnje darivanje predmeta vezanih za poslovanje tvornica tekstila i odjeće kako bi se znanje, razvojni procesi i načini rada u njihovoj industrijskoj proizvodnji u Hrvatskoj spasili od zaborava. Predmeti koje je donirao Zdenko Krpan poslužit će istraživanju i muzejskoj prezentaciji razvoja domaće odjevne industrije u drugoj polovici 20. stoljeća.

20 Karmen Ožbolt, „Prince za mlade iz domaće proizvodnje”, *Večernji list*, utorak, 6. travnja 1999., 21.

21 Prilikom darivanja ostavštine razgovarali smo sa Zdenkom Krpanom o profesionalnom iskustvu i radu u tvornici Kamensko. Zahvaljujem profesoru Anti Tončiću Vladislaviću na povezivanju s gospodinom Zdenkom Krpanom tijekom pripreme rada *Case Study Kamensko; Textile industry, Privatization and Local Community Engagement* u sklopu CIMO-a, Centra za istraživanje mode i odijevanja Zagreb. Kolegica Lea Vene i ja izložile smo spomenuti rad na konferenciji *4th NW Fashion Conference – Local Fashion Communities na Sveučilištu u Antwerpenu 2016.*

22 Original na engleskome glasi: „Please finde enclosed: 10 papu patronages of smoking 91/92 (Fall / Winter)”.



sl.8. Modna ilustracija. Autor: Pierre Cardin. Fundus Muzeja grada Zagreba.

sl.9. Modna ilustracija modne kuće Pierre Cardin. Fundus Muzeja grada Zagreba.

LITERATURA

1. Hemeroteka Zdenka Krpana.
2. Hrvatski jezični portal. <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search> (pristupljeno: 15. rujna 2020.).
3. *Jutarnji list*. „Zaključen stečaj tvrtke Kamensko. Sva imovina je unovčena tijekom stečajnog postupka, najveća nekretnina prodana za 24 milijuna kuna”. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/zaključen-stečaj-tvrtke-kamensko-sva-imovina-je-unovecna-tijekom-stečajnog-postupka-najveća-nekretnina-prodana-za-24-milijuna-kuna-6699606> (pristupljeno 15. rujna 2020.).
4. Katalog *Modifest 74* (1974.).
5. Katalog *Modifest 75* (1975).
6. Katalog tvornice Kamensko *MODA 1976*.
7. Katalog tvornice Kamensko *Spring – Summer 1973*.
8. Knežević, Snješka. *Zagrebu u središtu*. Zagreb: Barbat, 2003.
9. Kosavec, Valent. „Trideset godina 'Kamenskog'”. *Glasnik*, br. 2 (1972): 2.
10. Krpan, Zdenko. „Kolekcija 'Major' postaje hit”. *Glasnik*, br. 45 (1982): 5.
11. Krpan, Zdenko. „Uloga modnih kreatora u industriji odjeće – Stalno na izvoru noviteta”. *Glasnik*, br. 2 (1972): 8.
12. Krpan, Zdenko. „Kako su nastale 'traperice' – dragocjeno šatorsko platno”. *Glasnik*, br. 9-10 (1973): 8.
13. Milanović, Đurđa. „Kako se kroji casual”. *Start*, 3. studenog 1984., 60.
14. Nepoznati autor. „Naši najpoznatiji kreatori specijalno za 'Svijet: ON'”. *Svijet*, 24. prosinca 1975., 65.
15. Nepoznati autor. „Uspjeh Đurđe Zelmanović”. *Glasnik*, br. 2 (1972): 2.
16. Ožbolt, Karmen. „Prince za mlade iz domaće proizvodnje”. *Vječernji list*, 6. travnja 1999., 21.
17. Tekstilno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu. „Povijest”. <https://www.ttf.unizg.hr/povijest/112> (pristupljeno 15. rujna 2020.).

Napomena:

Rad je skraćena verzija stručnog rada u sklopu ispita za stjecanje zvanja kustosice koji sam položila 5. lipnja 2017. Mentorica rada bila je Maja Arčabić, viša kustosica Muzeja grada Zagreba.

Primitljeno: 30. rujna 2020.

THE LEGACY OF THE FASHION DESIGNER OF THE KAMENSKO FACTORY ZDENKO KRPAN IN THE HOLDINGS OF ZAGREB CITY MUSEUM

This article is concerned with the development of the local ready-to-wear industry through the perspective of the professional biography of the creator of a range of men's wear, Zdenko Krpan, and the consideration of his bequest that has become a part of the holdings of the Zagreb City Museum's Fashion, Accessories and Textiles Collection.

The contribution of the article is in the museological research into the material, visual and written fragments of local ready-to-wear that in the context of the museum treatment of fashion and clothing both tracks and defines their historical and cultural importance.