

Gdzie biznes łączy się z pasją

HORSE & BUSINESS MAGAZINE

Wydanie nr 3/2018
ISSN 2544-767X

CATEGORY MANAGEMENT

Artykuły skórzane: siodła, ogłowia, lejce s. 20–25

SZTUKA CZY RZEMIOSŁO

Luzak – prawa ręka jeźdźca s. 30–35



INWESTYCJE Z POTENCJAŁEM

CICHOŃ – wspólny mianownik jeździeckich inwestycji s. 36–39



TORPOL



GET TORPOL, GET RESULTS!

Torpol Technology & Classic Collection

www.torpol.com

Dla wielu branż okres wakacji to czas przestoju, odpoczynku i uciechy ze słonecznych dni. W branży jeździeckiej – nic bardziej mylnego. Tygodnie płyną od zawodów do zawodów, a pomiędzy każdym z wydarzeń są dni przepełnione codziennością. O tym, jak ta codzienność wygląda i dlaczego coś tak pozornie zwyczajnego jak zawodowe obowiązki mogą być w życiu czymś więcej niż tylko pracą opowiadają nam w bieżącym wydaniu nasi bohaterowie. Z Mateuszem Cichonem rozmawiamy o miłości do koni i jeździeckiej pasji, która o tyle smaczniejsza się staje, gdy okazuje się biznesem, do którego wcale nie trzeba dokładać. Pewna jestem także tego, że po lekturze rozmowy z Michałem Kubiakiem i Florentyną Korkuć przekonają się Państwo o tym, jak istotną i – w naszej branży chyba jeszcze nie do końca docenioną – rolę pełni manager jeźdźca. Kwestie managementu i wsparcia w pokierowaniu karierą jeździecką poruszyliśmy także z bardzo doświadczonym jeźdźcą, wychowankiem Lubelskiego Klubu Jeździeckiego – Pawłem Jurkowskim. Radość z tej rozmowy była tym większa, iż w sezonie imprez terenowych wciąż w zawodnikach żywa jest atmosfera panująca podczas odbywającej się w halli Cavallady.



Ilona Rosiak-Lukasiewicz
redaktor naczelna

I tym razem w wydaniu poruszamy tematy czysto biznesowe, przyglądając się bliżej segmentowi artykułów skórzanych: lejcom, wodzom czy ogłowiom. Nie przypadkiem o tym, jak bardzo indywidualnym produktem jest siodło rozmawiamy z Piotrem Wysockim, właścicielem firmy DAW-MAG. To, że zakup choćby siodła to nie taka prosta sprawa, potwierdza także przesympatyczna załoga świetnie zaopatrzonego sklepu jeździeckiego Cavallo w Zielonej Górze. Chwilę uwagi poświęcamy także luzakom, bez których w stajni nierzadko jak bez ręki. Od początku wakacji głośno jest wazędzie o zmianie w przepisach dotyczących ochrony danych osobowych. Na łamach tytułu pokazujemy, w jaki sposób obowiązki wynikające z nowych regulacji dotyczą także branży jeździeckiej. A skoro wakacje w pełni, to dla złapania chwili oddechu w nowym cyklu „Horse & Lifestyle” zapraszamy w krótką podróż na Zakynthos!

Wydawcy:
Międzynarodowe Targi Poznańskie
Polskie Wydawnictwo Rolnicze

Redaktor naczelna:
Ilona Rosiak-Lukasiewicz
ilona.rosiak@mtp.pl

Redakcja:
Agata Gajewy, Joanna Małecka,
Kamila Grabowska-Derlatka,
Katarzyna Wichacz, Michał Cieślak

Reklama:
Dorota Ceglarska
+48 691 030 125
dorota.ceglarska@mtp.pl

Projekt graficzny i skład:
Magdalena Adamczewska
Piotr Walichnowski

Adres redakcji:
Międzynarodowe
Targi Poznańskie sp. z o.o.
ul. Głogowska 14
60-734 Poznań

Zdjęcia: archiwum własne MTP, archiwum prywatne bohaterów, Piotr Ratuszyński, Oliwia Chmielewska, Rafał Donica, Monika Skowrońska Photo Monskoo, Sławomir Brandt, fotolia.com
Zdjęcie na okładce: Julia Świętochowska



Wszystkie opublikowane materiały objęte są prawem autorskim. Pozostali i wykorzystanie materiałów maslowe jest wyłącznie za zgodą redakcji. Redakcja zastrzega sobie prawo do skracania tekstów i zmiany tytułów nadawanych materiałów. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam i materiałów promocyjnych. Redakcja informuje, że administratorom danych osobowych jest wydawca czasopisma – Międzynarodowe Targi Poznańskie z siedzibą w Poznaniu, ul. Głogowska 14. Dane osobowe będą przetwarzane w celach marketingowych i statystycznych, do momentu ich wycofania. Reklamacje i sprzeciw dotyczące przetwarzania danych osobowych w serwisie należy zgłaszać drogą elektroniczną na adres e-mail: td@mtp.pl (Inspektor Ochrony Danych). W razie takiej konieczności dane mogą być udostępniane wyłącznie podmiotom współpracującym z Administratorem w celu realizacji powierzonych im zadań i usług. Przyłącza Państwu prawo dostępu do treści swoich danych oraz żądania ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, wyrażenia sprzeciwu wobec przetwarzania, wycofania zgody lub wniesienia skargi do organu nadzorczego oraz prawo do przeniesienia danych osobowych. Zapewniamy, że dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić środki fizycznej, technicznej i organizacyjnej ochrony danych osobowych przed ich przypadkowym czy umyślnym zniszczeniem, przypadkową utratą, zmianą, nieuprawnionym ujawnieniem, wykorzystaniem czy dostępem, zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi przepisami.

SPIS TREŚCI

5.4	HORSE REPORTS Najlepszy na świecie, najlepszy w Baborówku	5.12	BIZNESOWE ROZMOWY Trzeba szeroko propagować jeździectwo. Michał Kubiak i Florentyna Korkuć	5.30	SZTUKA CZY RZEMIOSŁO Luzak – prawa ręka jeźdźca
5.5	Polacy górą podczas Lotto CSIO5* w Sopocie	5.16	PERSONAL BRANDING Tutaj panuje najlepsza atmosfera. Paweł Jurkowski	5.36	INWESTYCJE Z POTENCJAŁEM CICHON – wspólny mianownik inwestycji jeździeckich
5.6	Punkty w dobrej atmosferze	5.20	CATEGORY MANAGEMENT Siodła, ogłowia, popregi – czyli podstawa ze skóry	5.40	PORADNIK Ochrona danych osobowych – nowe przepisy
5.7	Biało-czerwony weekend w Jankubowicach!	5.26	TOP PRODUCTS Nowości rynkowe	5.42	WOKÓŁ DETALU Sklep jeździecki Cavallo w Zielonej Górze
5.8	Konie, kapelusze i Porsche	5.11	HORSE NEWS Aktualności branżowe	5.45	HORSE & LIFESTYLE Greckie ukojenie
5.9	Mazovia Premium – prestiżowe zawody konne w Sielance				



NAJLEPSZY NA ŚWIECIE, NAJLEPSZY W BABORÓWKU



1.

1. Oliver Townend podczas próby skokowej CIC3*

2. Mateusz Kiempa na koniu LIBERTINA podczas dekoracji CIC3*

3. Ceremonia dekoracji w konkursie CIC3*

Na podium:
I. Oliver Townend
II. Andreas Dibowski
III. Maxime Livio



2.



3.

W dniach 24–27 maja br. po raz kolejny odbył się Festiwal Jeździecki Baborówko, w ramach którego rozgrywane były międzynarodowe zawody we Wszechstronnym Konkursie Konia Wierzchowego na poziomie CIC3*, CIC2*, CIC1* oraz CICYH1* dla koni sześciolletnich.

W najtrudniejszym konkursie zawodów CIC3* o nagrodę mecenasa zawodów Romana Roszkiewicza rywalizowała czołówka zawodników ze świata, którzy przyjechali do Baborówka walczyć o rekordową w historii polskiego WKKW oraz siódmą w świecie pod względem wysokości pulę nagród finansowych.

Brytyjczyk Oliver Townend (GBR) objął prowadzenie w konkursie CIC3* po próbie ujeżdżenia i nie oddał go aż do momentu zakończenia zawodów. Razem z Cillnabradren Evo pokonali trudny tor przeszkód bezbłędnie, zajmując w konkursie pierwsze miejsce. Drugie miejsce zajął Andreas Dibowski (GER), który startował z koniem FRH Corrida. Miejsce trzecie objął Maxime Livio (FRA), który startował z koniem Pica d'Or.

W konkursie CIC2* – puchar Kuhn Maszyn Rolnicze po trzech próbach (ujeżdżeniu, próbie terenowej i skokach przez przeszkody) najlepszy był Mateusz Kiempa (POL). Zawodnik po próbie terenowej objął prowadzenie w rankingu z Libertina, a w próbie skoków przez przeszkody zachował pozycję lidera. Miejsce drugie zajął Senne Vervaecke (BEL), który startował na koniu Jenö. Miejsce trzecie należy do pary Elmar Lesch (GER) i konia Rough Diamond.

W klasie CIC1* pierwszego dnia pozycję lidera objął Yoshiaki Oiwa (JPN) z koniem Bart L JRA. Drugie miejsce zajął Paweł Warszawski (POL) ze Stowarzyszenia Jeździeckiego Baborówko, który startował w tym konkursie z koniem Frontiera. Na pozycji trzeciej uplasował się Mateusz Kiempa (POL) z koniem Ambrozio J.

W konkursie CICYH1* dla koni sześciolletnich zwyciężyła Stephanie Böhe (GER), która startowała na koniu Romance P. Drugie miejsce zajął Maxime Livio (FRA) z koniem Clotaire de Ferivel. Miejsce trzecie należy do Pauline Wiczorek (POL) i klaczy Czacza.

W Festiwalu Jeździeckim Baborówko wzięli udział najlepsi zawodnicy na świecie, m.in. zajmujący pierwsze miejsce w rankingu Międzynarodowej Federacji Jeździeckiej (FEI) Oliver Townend (GBR), zajmujący miejsce trzecie w rankingu FEI Tim Price (NZL) oraz wielu zawodników z pierwszej setki światowego rankingu oraz najlepszych polskich jeźdźców i amatek.

POLACY GÓRĄ PODCZAS LOTTO CSIO5* W SOPOCIE



LOTTO CSIO
SOPOT 2018



Siedem razy polscy zawodnicy stawali na podium podczas tegorocznych zawodów jeździeckich na hipodromie w Sopocie. Podczas CSIO5* dwukrotnie zwyciężali: Adam Grzegorzewski na koniu Torpedo des Forets – w piątkowym konkursie 140, zaliczanym do światowego Rankingu Longines, oraz Jarosław Skrzyżczyński na koniu Jerico, w konkursie 150. W tegorocznej edycji łączna pula nagród wyniosła 2 330 000 zł. Aktualnemu Mistrzowi Polski o włoś ustąpił Wojciech Wojcianiak. Sopotkie zawody z radością będzie wspominał 20 letni Adam Grzegorzewski, który zwyciężył w konkursie o nagrodę Grupy Adamus zapisał się w historii światowego jeździectwa.

Piątkowe Grand Prix z łączną pulą nagród ponad 600 000 PLN należało do Henrika von Eckermanna. W tym arcytrudnym konkursie indywidualnym świetnie spisali się polscy zawodnicy, Jarosław Skrzyżczyński oraz Wojciech Wojcianiak, którzy kolejno zajęli trzecie oraz czwarte miejsce.

Sobotnie zmagania zakończył Memoriał Rotmistrza Pileckiego o nagrodę partnera tytularnego zawodów, LOTTO. Zwyciężył Pieter Devos na Haloobet Hitchcock. Niedziela to przede wszystkim konkurs Pucharu Narodów Longines FEI Nations Cup™ Jumping of Poland. Ogromną radość kibicom sprawili Polacy w składzie: Jarosław Skrzyżczyński, Wojciech Wojcianiak, Jan Bobik i Krzysztof Ludwiczak, którzy wywalczyli czwarte miejsce ex aequo ze Szwecją.

Tegoroczne zawody LOTTO CSIO5* Sopot przyniosły bardzo dużo emocji. Były to pierwsze w historii Polski zawody z rozgrywanym w ramach Pierwszej Dywizji Europejskiej Pucharem Narodów. Tym bardziej cieszą bardzo dobre wyniki polskich zawodników, którym składamy wielkie gratulacje.

1. Podium Pucharu Narodów podczas CSIO5* Sopot 2018 dla Belgów: Olivier Philippaerts, Pieter Devos, Jerome Guery, Niels Bruynseels
2. Adam Grzegorzewski na Zazou Szumawa
3. Emanuele Gaudiano na koniu Caspar
4. Jarosław Skrzyżczyński na koniu Chacłana podczas dekoracji w konkursie Grand Prix
5. Lillie Keenan podczas Pucharu Narodów na koniu Super Sux



Zdjęcie: Marek Sławomirski, Photo-Monster



BIAŁO-CZERWONY WEEKEND W JAKUBOWICACH!



PUNKTY W DOBREJ ATMOSFERZE

Zawody na Hipodromie Wola w Poznaniu w konkursach czterogwiazdkowych (na poziomie od 140-160 cm) zgromadziły na starcie 60 zawodników na 140 koniach. Stawkę uzupełniło ponad 80 par startujących w CSI1* i CSI dla młodych koni. W najważniejszym konkursie zawodów Grand Prix wygrała urodzona we Francji Czeska, Emma Augier De Moussac, dla której było to pierwsze w karierze zwycięstwo na zawodach tak wysokiej rangi. Największą radość poznańskim kibicom sprawił Andrzej Oplatek, na co dzień zawodnik wielkopolskiego klubu HEAA Turek, który zajął drugie miejsce. Pięć tysięcy kibiców mogło zobaczyć także pokaz Pierra Fleury.



1. Pełne trybuny podczas CSI4* na poznańskiej Woli
2. Na podium w konkursie Grand Prix stanęli:
 - I. Emma Augier,
 - II. Andrzej Oplatek,
 - III. Emilie Karim
3. Emma Augier De Moussac na koniu DIVA podczas dekoracji Grand Prix
4. I. Pierre Fleury - „człowiek zjający w symbiozie z końmi” podczas pokazu
6. Wspólne zdjęcie triumfatorów CSI4* z publicznością zawodów



Od 4 do 15 lipca w Jakubowicach odbyła się czwarta edycja Silesia Equestrian – Międzynarodowych Zawodów w Skokach przez Przeszkody. Zawody bez wątpienia można zaliczyć do udanych. Dopisała frekwencja, pogoda i co najważniejsze – nasi reprezentanci zadbali o mnóstwo doskonałych wyników w biało-czerwonych barwach. Zdominowali oba konkursy Grand Prix – w pierwszym tygodniu Nagrodę Osadkowskiego SA, a pod patronatem Tygodnika Wprost wywalczyli Kamil Grzelczyk na szybkim Wilbaro, tuż za nim uplasowali się Krzysztof Ludwiczak i Wojciech Wojcianiak. Grand Prix wieńczące Silesia Equestrian przypadło z kolei najsukceszniejszemu z polskich jeźdźców – Jarosławowi Skrzyżczyńskiemu i klaczy Chacłana. Tuż za nim na podium stanęła niemiecka zawodniczka Jorne Sprehe, a trzecie miejsce znowu należało znowu do Polaków, dzięki dobrej jeździe Cassandra Orshel. „Seryjnymi zwycięzcami” okazali się także Marcel Ewen, Emanuele Gaudiano czy Grzegorz Psiuk, jednak to Grzelczyk i Skrzyżczyński rozdziłili pomiędzy siebie po ok. 10% puli nagród wynoszącej w 1 060 000 zł. Ważnym konkursem był Final U25 w ramach rozgrywek European Youngster Cup. Puchar Spółki Bayer odebrała Michalina Szmytka i to ona zagwarantowała sobie możliwość jazdy w finale EY-Cup w Salzburgu. Silesia Equestrian'18 to także doskonała zabawa zarówno dla uczestników, jak i dla publiczności. Tradycyjny już Silesia All Nations Cup w siatkówce przyniósł zwycięstwo drużynie Litwy, organizatorzy zadbali też o luzaków dzięki projektowi #silesiaGROOMCHALLENGE – puchar Najlepszego Luzaka odebrała Gabriela Skotniczy za opiekę nad końmi Michała Ziembickiego. Cykl zawodów obejrzało ok. 10 000 widzów, a dzięki zlokalizowanej na terenie ośrodka Strefie Kibica i licznym atrakcjom dodatkowym, każdy mógł znaleźć coś dla siebie.



ZDJĘCIA: Silesia Equestrian

1. Uwe Schmitz (GER) na koniu Corento
2. Julia Jabłońska – zawodniczka kategorii dzieci – czterokrotnie zajmowała 2. miejsce
3. Wieczorne mecze siatkówki będące tradycyjnym akcentem Silesia Equestrian
4. Grand Prix drugiego tygodnia: na podium Cassandra Orshel (III), Jorne Sprehe (II) i Jarosław Skrzyżczyński (I)

KONIE, KAPELUSZE I PORSCHE

Zdjęcia dzięki uprzejmości organizatora Galkowo Masters

Lukasz Koza i klacz Caballita wygrali Grand Prix o memoriał ppłk Ludwika Ferensteina podczas XVII edycji MES Galkowo Masters 2018. Na drugim miejscu uplasowała się Natalia Palmowska, trzeci był Irmantas Grikienis. Impreza odbywała się na Mazurach, w Stadninie Koni Ferensteiów.

Zawody upłynęły w wyjątkowej atmosferze, ponieważ stadnina w tym roku obchodzi swoje 30-lecie. Na parkurze podziwiać można było wiele atrakcyjnych wizualnie przeszkód. Między innymi dwie białe wieże funduszu inwestycyjnego Aria, czy fragment historycznego muru pochodzący z łódzkiego Monopolis. Podczas sobotniej części artystyczno-charytatywnej można było zobaczyć majestatyczne konie andaluzyjskie Blanka Satora Show pochodzące z Królewskiej Hiszpańskiej Szkoły Jazdy, emocjonujący Mistrzowski Test Powozzenia i Próba Terenowa o puchar marki Porsche oraz Legendarny Konkurs Kapeluszy o nagrodę marki Longines. Nagrodę specjalną Joannie Horodyńskiej wręczył osobiście brand manager Longines Leszek Pilch. Zwycięstwo w kategorii generalnej przewodniczący komisji Łukasz Jemioł przyznał Aleksandrze Miecznikiej.

1. Amazonka Paulina Koza
2. Natalia Palmowska podczas przejazdu
3. Monika Pasik podczas przejazdu
4. Tomasz Klein na Starconet podczas dekoracji konkursu w rundzie diamentowej
5. Samanta Forlini na Kontendro podczas dekoracji konkursu Złotej Rundy



Fot. Piotr Ratajzyński

MAZOVIA PREMIUM

– PRESTIŻOWE ZAWODY KONNE W SIELANCE!

W dniach 26–29 lipca, w ośrodku jeździeckim Farma Sielanka, odbędą się Zawody Ogólnopolskie w Skokach przez Przeszkody. Impreza o randze dwóch gwiazdek jest jednym z najważniejszych wydarzeń polskich sportów hippicznych w okresie wakacyjnym i drugim, obok wrześniowego Finału Mazovia Equi Cup, który odbędzie się w popularnej Sielance.



1. Róża Konieczna
2. Oliwia Grabowska
3. Marek Wacławik
4. Cezary Kalinowski

Podczas czterodniowych zawodów, widzowie obejrzą występy najlepszych zawodników w Polsce. Na parkurze, tradycyjnie już, pojawi się łącznie ponad 200 koni, które wezmą udział w 30 konkursach. Szczególnie interesująca, pod względem poziomu sportowego i emocji będzie niedziela, kiedy to odbędą się: Finał Małej Rundy, Finał Średniej Rundy i ostatni konkurs - GRAND PRIX. Łączna pula nagród finansowych w Zawodach Ogólnopolskich Mazovia Premium wynosi aż 48.000 złotych.

Zawody Mazovia Premium rozgrywane są w ramach cyklu Mazovia Equi Cup. W jego trakcie, zawodnicy rywalizują o punkty podczas 9 zawodów kwalifikacyjnych, organizowanych od kwietnia do września. Najlepsi otrzymują prawo startu w wielkim, wrześniowym finale MEC. Jednak wspomniany finał nie jest jedynym wydarzeniem, elektryzującym pasjonatów sportów konnych. Na przełomie czerwca i lipca rozegrane zostały eliminacje do zawodów finałowych Ogólnopolskiej Olimpiady Młodzieży w Skokach przez Przeszkody, a 31 sierpnia Sielanka stanie się mazowiecką stolicą sportów konnych, bowiem rozegrane zostaną tu Mistrzostwa Warszawy i Mazowsza w Skokach przez Przeszkody. Łącznie, w każdej z dotychczasowych trzech edycji Mazovia Equi

Fot. Oliwia Chmielewska, Rafał Dzięciak

Cup udział wzięło ok. 1,5 tys. koni i zawodników, zapewniając kibicom potężną dawkę emocji. W niedzielę, 22 lipca, nie zabraknie również atrakcji pozasportowych. Hotel Sielanka nad Pilicą****, partner Mazovia Premium zaprasza na piknik rodzinny. Dzieci będą mogły skorzystać z licznych atrakcji, gier i zabaw na świeżym powietrzu. Odbędą się również konkursy i zajęcia pod okiem animatora – malowanie buziek, zwiedzanie stajni i wiele innych. Dorosli zaś będą mogli wziąć udział między innymi w jazdach testowych najnowszymi samochodami marki Audi, czy skosztować specjalów oferty cateringowej. „Bardzo zależy nam na tym, aby przy okazji zawodów MEC, Sielankę odwiedzali również ci, którzy nie mieli dotąd styczności z hippiką. Wystarczy bowiem raz obejrzeć zawody, by zrozumieć magię tego sportu, poczuć emocje, dostrzec elegancję i majestatyczność współpracy pomiędzy jeźdźcą i koniem. W ten sposób staramy się wypełniać misję popularyzacji dyscyplin konnych i kulturować przepiękne tradycje polskiego jeździectwa.” – mówi Joanna Ziemkiewicz ze Stowarzyszenia na Rzecz Promocji Sportów Konnych Equisport, organizatora Mazovia Equi Cup.

Wstęp na zawody i piknik rodzinny jest bezpłatny.

Nuba Baby Mix – pasza dla źrebiąt

Pasza przeznaczona do stosowania od 5 tygodnia życia, jako uzupełnienie diety źrebiąt ssących. Mieszanka skomponowana, by zapewnić najmłodszym, intensywnie rosnącym źrebiętom optymalną podaż składników odżywczych. W jej składzie najwyższej jakości komponenty. Nie zawiera melasy ani cukru. Pasza ma postać granulatu i jest łatwa do pogryzienia.
 Producent: Nuba Equi tel. 602616650, equi@nuba.pl



Nuba Cinna Wheat Bran – otręby pszenne z cynamonem

Granulowane otręby pszenne o zbilansowanym stosunku wapnia do fosforu to świetny dodatek do codziennego żywienia koni będący źródłem dobrze przyswajalnego białka, a także witamin z grupy B. Dodatek cynamonu dodaje im pięknego aromatu, ma także działanie pro zdrowotne – właściwości przeciwzapalne i przeciwzapalne, wspomagające metabolizm cukrów i lipidów i polepszające koncentrację.
 Producent: Nuba Equi tel. 602616650, equi@nuba.pl



PRO-LINEN OLYMPIC SHOW MIX™

Innowacyjne rozwiązanie żywieniowe, zapewniające koniom skokowym odpowiedni poziom energii bez efektu nadpobudliwości.



Equina Haemoxil – suplement z żelazem

Płynny koncentrat kwiatowców, a w składzie żelazo, miedź, kobalt, cynk, kompleks witamin B i witamina K3. Sprawdza się przy zaburzeniach kondycyjnych, przy wysokim obciążeniu treningowym, rekonwalescencji, po dużej utracie krwi, niektórych schorzeniach, a także dla w hodowli. Dostępne są dwie wielkości opakowań 250 ml i 1000ml.
 Wyłączyły dystrybutor marki Equina w Polsce - Nuba Equi 602616650, equi@nuba.pl

Nowe derki w ofercie Torpol

W ofercie marki Torpol® znajduje się wiele derek, które ułatwiają codzienną pracę z koniem, poprzez ochronę przed chłodem, opadami, czy owadami.

Nr 1 to cienka derka drelichowa z gumowymi pasami pod brzuch i podwójnymi zapiegami z przodu. Zabezpieczy konia przed przeciągami, a także przed nocnym chłodem. Jej walory doceniemy w trakcie zawodów, kiedy w szczególności dbamy o czystość naszego rumaka. Derka wykonana jest z naturalnego materiału, który nie przegrzewa, a w razie potrzeby odprowadza pot na zewnątrz. Dodatkowym walorem jest system równoległych, elastycznych pasów, które nie krepują ruchów i nie pozwalają na przesunięcie się, dlatego bez obaw zostawimy w niej konia na noc.

Nr 2 to derka, którą potocznie nazywamy „kolejka parasolka”. Jest doskonała w deszczowy dzień, kiedy kładziemy z koniem na przegród weterynaryjny lub przed startem. Derka posiada przedłużony kaptur z możliwością dopięcia do ogłowka, z dwoma zapiegami z przodu. Wykonana jest z cienkiej przeciwdeszczowej tkaniny, jest lekka i bardzo wygodna w zakładaniu, czy zapinaniu. Każdy, kto bierze udział w zawodach i komu rzęsiasty deszcz dał się we znaki, szybko doceni jej walory użytkowe.

Nr 3 to derka siatkowa, wzmocniona deloracyjnymi wstawkami w kontrastowym kolorze i zabezpieczona pasami pod brzuch. Pasy uniemożliwią przesunięcie się derki w trakcie spaceru, czy podczas lonżowania, a siatka z drobnymi oczkami ochroni przed muchami i innymi dokuczliwymi insektami. Derkę rekomendujemy jako reprezentacyjną. Raczej nie polecamy jej użytkowania bez nadzoru człowieka (np. pozostawienia w boksie na noc). Koni z temperamentem może sobie z nią poradzić.!



Nuba Equi się rozrasta

Polska marka, w której asortymencie znajdziemy szeroki wybór pasz typu musli, jak i dodatków żywieniowych i suplementów, stawia na rozwój. Uwzględniając stały wzrost sprzedaży, jak i widoczny potencjał produkcyjny i magazynowy, linia produkcyjna przeniesiona została do nowej lokalizacji. Powierzchnia, którą obecnie dysponujemy trzykrotnie przekracza dotychczasowy areal. To stwarza nam wiele możliwości. Przed wszystkim umożliwia wprowadzenie ulepszeń w produkcji, co zwiększy jej wydajność, a to jest konieczne by nadążyć za zapotrzebowaniem naszych klientów” – mówi prezes firmy Paweł Pekała. Nuba Equi od początku swojej działalności stawia na własną produkcję, podkreślając, że nie podlega mieszaniu pasz podmiotom trzecim, a wysoka higieniczność produktów to efekt doświadczenia w branży produkcyjnej. „To daje nam ścisłą kontrolę przebiegu procesu produkcji od przyjęcia komponentów do magazynu, aż po wysyłkę paczek. Mamy też nieograniczoną możliwość stosowania komponentów i receptur według własnego uznania. Oczywiście, produkcja zewnętrzna miała by wiele plusów; od ekonomicznych po niekiedy zmniejszenie odpowiedzialności, ale nie na tym nam zależy, by było łatwiej”. „Dokładnie Zależy nam na tym, by produkty przez nas sprzedawane były zgodnie z filozofią naszej marki, czyli najlepsze dla koni. Bez ulepszczonej melasy, osobliwie przez nas monitorowanej i skomponowanej zgodnie z naszą wiedzą, a przez to też unikalne” – dodaje Karolina Pilichowska.

Olympic Show Mix – pasza do zadań specjalnych

Do niedawna na rynku polskich pasz dla koni nie było produktów deekowanych koniom skaczącym przez przeszkody. Polski producent, właściciel marki Pro-Linen, za namową hodowców i zawodników właśnie postanowił to zmienić. – Wprowadzenie nowego produktu poprzedziliśmy dokładną konsultacją z doświadczonymi, dzięki czemu Olympic Show Mix jest w 100% dopasowany do potrzeb – mówi Dominik Ast, przedstawiciel marki Pro-Linen. – Rozmawialiśmy z zawodnikami, trenerami i hodowcami. A skład opracowaliśmy z ekspertami w dziedzinie żywienia i weterynarii. Premiera nowej paszy odbyła się niedawno, bo 1. czerwca, ale już można mówić o sukcesie. Klienci zapisywali się na specjalną listę chętnych do zakupu prototypowej partii produktu, która została wyprzedana w ciągu jednego dnia. Na Facebooku pojawiają się coraz więcej pozytywnych komentarzy i zdjęć koni zamieszanych przez zadowolonych klientów. W superlatywach wypowiadają się również zawodowi jeźdźcy. – Moje konie korzystają z nowej diety i wykazują się rewelacyjną dyspozycją podczas pokonywania najtrudniejszych parkurów – relacjonuje Dajana Pawlicka, ambasadorka marki Pro-Linen.

Longines Global Champion Tour z nową lokalizacją!

Między 13-16 czerwca 2019 r. Sztokholm dołączy do miast, w których odbywają się prestiżowe zawody jeździeckie Longines Global Champion Tour. Szwedzka stolica to poza Monako, Paryżem, Miami czy Madrytem kolejne miejsce spotkań najlepszych jeźdźców. Organizatorem zawodów jest Sport & Eventmang. Kolejna odsłona LGCT odbędzie się na szwedzkim Stadionie Olimpijskim, który finałnie pomieścić może do 14 500 pasjonatów jeździectwa. Organizacja tych prestiżowych zawodów właśnie w Sztokholmie ma popularny zwać jeździectwo w Skandynawii oraz wzmocnić wizerunek szwedzkiej stolicy jako prorodzajowego miasta. Organizatorzy wspólnie zapowiadają również, że zawodom LGCT towarzyszyć będzie odsłona Stockholm Horse Week.



SPECJALNA PASZA
DLA KONI SKOKOWYCH!



Olympic Show Mix

Innowacyjne rozwiązanie żywieniowe, zapewniające koniom skokowym odpowiedni poziom energii bez efektu nadpobudliwości.

Wypróbuj!

pro-linen.pl

TRZEBA SZEROKO PROPAGOWAĆ JEŹDZIECTWO

Choć dopiero od roku są w jednym teamie: zawodowym i prywatnym, mówią sportowym dwugłosem. Michał uprawia skoki, Florentyna – ujeżdżenie. Mimo to wspólnie pracują na sukces marki „Michał Kubiak trening koni i jeźdźców”. Wiedzą bowiem, że inwestycja w markę przynosi plony: sponsorów, a co za tym idzie – środki na pracę i pasję ich życia, czyli jeździectwo.



Michał i Florentyna tworzą zgrany duet zarówno w życiu prywatnym, jak i na arenie biznesowej



Rozmawiała: IŁONA ROSIAK-LUKASZEWICZ

Jak funkcjonujecie jako duet: jeździec i manager?

Michał Kubiak (MK): Ja zajmuję się przygotowaniem i startem koni w zawodach, po stronie Florentyny są sprawy organizacyjne czy marketing i promocja oraz opieka nad końmi, kiedy jeżdżę prowadzić treningi.

Czy dziś w naszej branży jest już przestrzeń na to, by pracować nad marką osobistą i promocją jeźdźcy?

Florentyna Weronika Korkuć (FWK): Oczywiście, że tak. Poznaliśmy się w Poznaniu na międzynarodowych zawodach CSI4* na Woli. Jesteśmy od roku razem i pomagamy sobie nawzajem. Michał zajmuje się skokami, ja ujeżdżeniem. Michał pomaga mi we wszystkich aspektach, szczególnie w pracy z trudnymi czy młodymi końmi, wozi na treningi, ja z kolei trzymam pieczę nad rozwojem marki „Michał Kubiak trening koni i jeźdźców”. Tego fanpage'a prowadzimy od pół roku, to świetne narzędzie dla promocji sportowców. Dzięki niemu pojawiają się nowe możliwości, np. pozyskaliśmy sponsorów.

Kiedy przyszedł ten moment, w którym zaczęłaś się profesjonalnie zajmować promocją?

FWK: Początkowo można było przebiegać w ofertach, dzięki czemu nawiązaliśmy świetne współprace. Wcześniej pierwszym sponsorem Michała było Masters Polska, producent paszy. Dziś do tego grona dołączyli również Black Horse (kosmetyki), Aktilit (oleje – dodatki paszowe) czy DAW-MAG z Pleszewa oraz Unicase (paki) i FairPlay (odzież jeździecka). Bardzo zależy nam na

współpracy z polskimi firmami. Zachęcamy wszystkich, żeby również w ten sposób podchodzili do kwestii współpracy z firmami. By polskie skoki rozwijać z rodzinnymi firmami.

Czy polskie firmy w branży jeździeckiej jakością dorównują zagranicznym?

MK: Firmy rozwijają się wraz z całą branżą. Mamy w Polsce coraz więcej coraz lepiej zorganizowanych zawodów. W Sopocie już po raz kolejny organizowane są zawody pięciogwiazdkowe. Coraz więcej zawodników przyjeżdża, żeby kupować konie w polskich stajniach. Zawodnicy, kibice odwiedzają Polskę i widzą rozwojowy, rozwijający się rynek. To jest reklama dla nas, sportowców, ale też i dla polskich producentów. **FWK:** Polskie firmy to profesjonalści: odzież czy producenci suplementów – ich jakość można mierzyć z produktami zagranicznymi. Znamy to dobrze z naszej współpracy. Przy wysokiej jakości to produkty konkurencyjne cenowo. Można przyjechać i na miejscu u producenta zobaczyć, porozmawiać, indywidualnie uzgodnić szczegóły z właścicielem.

Mówiliśmy o tym, że w Polsce organizuje się coraz więcej coraz lepszych wyższej rangi zawodów. Bez nich Twoja marka nie mogłaby się rozwijać. Czy możesz powiedzieć, że dzisiaj jesteś na etapie zwrotów z inwestycji w swoją karierę?

MK: Mam 29 lat, jeżdżę konno ponad 20. Cały czas się uczę, ale powoli zbieram już owoce tej długoletniej pracy. Zaczęłam jeździć dzięki mojemu ojcu i on doprowadził mnie do miejsca, w którym jestem teraz. Każdą jego radę biorę sobie do serca. Mimo że nie

trenujemy już na co dzień razem, gdy spotykamy się na zawodach zawsze przejeżdżę z mną parkur, przyjdzie na rozprężalnię, wspierze dobrym słowem ze swojego 40-letniego doświadczenia.

Gdy się jest dojrzałym człowiekiem, jeźdźcem relacja mistrz-uczeń wydaje się trudna, z racji tego, że uczeń już wiele wie. Czy ta pokora, którą masz w sobie, ona wynika z osobowości, czy z różnych doświadczeń?

MK: W moim przypadku ta relacja jest jeszcze trudniejsza, bo to również relacja ojca z synem. Gdy ma się inne zdanie, obcej osobie trudniej jest to powiedzieć, sprzeciwić się. Często polemizowałem z ojcem, ale to bardzo doświadczony zawodnik i każda jego rada jest istotna. Nie zawsze może z niej korzystać od razu, ale zostaje z tyłu głowy i może się zdarzyć sytuacja, że będzie bardzo przydatna.

Czy jeźdźcy profesjonalni mają swoich idoli?

MK: Naturalnie. Dla mnie ideałem jeźdźcy jest Marcus Ehning. Jest perfekcjonistą pod względem techniki czy szybkości pokonywania parkuru.

Trenujesz od 20 lat. To zawsze była dla Ciebie przyjemność, czy bywały momenty jak z nauką grania na pianinie u dzieci?

MK: Nie ma co ukrywać, to jest ciężka praca: czy słońce, czy deszcz, czy mróz, praktycznie od rana do wieczora w stajni. Koniem trzeba się cały czas opiekować, nie weźmie sobie sam jedzenia, nie pójdzie na spacer. Na samym początku mojej kariery w ogóle nie chciałem jeździć, dla mnie to była męka. Moi koledzy szli grać

w piłkę, ja szedłem do stajni. Oni w weekend jechali nad jezioro, a ja na zawody. Dzisiaj wiem, że wybrałem dobrą drogę. Lubię konie, lubię skoki i pokonywanie wysokich (na 150–160 cm) przeszkód. Mogę to robić praktycznie cały czas.

WKF: Wraz z biegiem czasu jeździec coraz bardziej zna się na tym, co robi. Z doświadczeniem przychodzi również większe zainteresowanie – to motywuje do dalszego rozwoju. Staje się coraz większą pasją, od której nie tak łatwo się już oderwać.

Czy pracując nad właściwie wspólną marką jeździec-koń, w tym samym stopniu poświęcają uwagę jeźdźcowi, co zwierzęciu?

WKF: Konie są moją pasją od 7. roku życia. Studiowałam przez jakiś czas weterynarię, ale pasja wygrała ze studiami. Bardzo dużą wagę przywiązuję do tego, jak traktowane są zwierzęta w sporcie, co w ujeżdżeniu jest szczególnie ważne. To dość trudny sport, niekiedy dla wyników są w stanie przekroczyć pewne granice, ja jednak wierzę w to, że miłość do tych zwierząt może sprawić, że praca z nimi będzie wykonywana na najlepszym poziomie.

MK: To nie jest rower, którym się jeździ, a potem wstawi do komórki i o nim zapomina. Pracujemy z koniem od poniedziałku do niedzieli, 7 dni w tygodniu, po 24 godziny. Także gdy trafi mu się jakaś kolka, a dzieje się to z reguły ok. 2 czy 3 w nocy. Koń jest „narzędziem” do realizacji naszych wyników, nie możemy go traktować po macoszemu. Dla mnie koń, na którym z reguły jeżdżę, jest jak bliski mi przyjaciel, członek rodziny. **FWK:** Dlatego przykładamy ogromną wagę do pielęgnacji, do żywienia i opieki nad końmi,

GOLDEN MARKETING CONFERENCE

współpracujemy z najlepszymi markami. Opiekując się kilkoma końmi, trenuję je właściwie od samego początku, zaraz po zajeźdzeniu. Świadomość, że konie są zdrowe, najedzone i bezpieczne, jest dla mnie ważniejsza niż nawet moje życie prywatne.

Co my: jeźdźcy, właściciele koni, producenci z branży, media możemy zrobić, żeby powiększać grono osób zainteresowanych jeździectwem? By budować to środowisko?

MK: Największy wpływ mają oczywiście media docierające do wielu odbiorców. Spójrzmy na naszych zachodnich sąsiadów: na zawody w Aachen przychodzi 350 tys. ludzi. U nas nawet na meczach piłki nożnej nie ma tylu kibiców. Trzeba szeroko propagować jeździectwo. Dobrzy zawodnicy sami reklamują nas na świecie, przez co fanów jest więcej. To oni są najlepszymi ambasadorami właściwie w każdej dyscyplinie sportowej, wystarczy przypomnieć sobie, ilu ludzi interesowało się skokami narciarskimi w Polsce przed erą Adama Małysza. Potrzebujemy promocji liderów, którzy przyciągają, krajowych bohaterów, jak np. Jarosław Skrzyczyński. Jeśli każdy z nas w tym sporcie będzie wykonywał dobrą swoją pracę, stworzymy dużą społeczność.

To dość trudny sport, niektórzy dla wyników są w stanie przekroczyć pewne granice, ja jednak wierzę w to, że miłoścy do tych zwierząt może sprawić, że praca z nimi będzie wykonywana na najlepszym poziomie.

Czy konieczna jest większa otwartość? Mniej hermetyczności?

MK: To prawda – wszyscy promują się na zawodach, ale w środowisku w sumie zamkniętym. Może przydałaby się promocja jeździectwa przy okazji innych imprez, wyjście poza branżę końską. Wiele dobrego mogłaby zrobić np. telewizja publiczna, która regularnie emitowałaby materiały o sukcesach naszych sportowców. Ważne jest też nasze wzajemne wsparcie.

FWK: Gdy na holenderskim fanpage'u związanym z jeździectwem ukazuje się post z informacją o wygranej konkursie, od razu pod nim pojawia się ok. 300 komentarzy z gratulacjami. U nas – kilka-kilkanaście pozytywnych komentarzy od osób związanych w pewnym stopniu ze zwycięzcą, a i niestety krytykantów nie brakuje. To bardzo przykre. Powinniśmy się wspierać i cieszyć z każdego małego sukcesu. Musimy wychodzić do ludzi, umożliwić kibicom spotkanie z jeźdźcami, fotografować, przybić piątkę, rozdawać autografy. Co prawda, trzeba wziąć pod uwagę, że jeźdźcy są zapracowani – ich praca nie kończy się na zawodach, bo czeka ich codzienność: zwykła praca w stajni i opieka nad końmi.

MK: Trzeba wychodzić do ludzi. Na pewno da się wytworzyć nowe możliwości. Czy to przez udział mediów czy łatwiejszy kontakt bezpośredni z zawodnikami. Zagrańciami na stronie każdego klubu czy zawodnika jest podany kontakt do jego managera. U nas takie przypadki można policzyć dosłownie na palcach jednej ręki. Nie ma takiej rozwiniętej świadomości.

Czy przez to, że rozwijasz markę Michała, twoja kariera sportowa zeszła na drugi plan?

FWK: Myślę, że nawzajem się uzupełniamy. Dzięki Michałowi mogę się rozwijać wtedy, kiedy mam czas. Marketing, umawianie spotkań jest dla nas ważne, ale wszystko udaje nam się pogodzić bez konieczności rezygnowania z czegokolwiek.

Czasem sprzeczasie się, co jest lepsze: ujeżdżanie czy skoki?

MK: Oczywiście (śmiech). Próbuję Florentynę przebranzować na skoki, na razie jeszcze mi się to nie udało.

FWK: Podstawą skoków, jak i innych sportów jeździeckich, jest ujeżdżenie. Ze skokami miałam do czynienia do 16. roku życia, a potem przy współpracy z nową trenerką Wandą Wąprowską dużo bardziej spodobalo mi się ujeżdżenie. Wydaje mi się, że tutaj dużo większą wagę przykładają do tego jak koń się czuje w tym sporcie. Od roku – z racji współpracy z Michałem – często jeżdżę na zawody skokowe i zaczynam się tym bardziej interesować, zawsze mogę się więcej przy tej okazji nauczyć.



Zawody jeździeckie w pokonywaniu wysokich przeszkód (150-160 cm) to dyscyplina, której Michał się poświęcił i którą uwielbia.

14-15 LISTOPADA, KATOWICE

BEATA TADLA

PIOTR BUCKI

MARIUSZ PUJSZO

ADRIAN MARTINEZ

ANNA URBAŃSKA

ŁUKASZ GŁOMBICKI

GOLDEN MARKETING CONFERENCE

PERSONAL BRANDING	PROMOCJA SPRZEDAŻY	STRATEGIE MARKETINGOWE
PRODUCT PLACEMENT	CUSTOMER EXPERIENCE	SOCIAL MEDIA

WWW.GOLDENMARKETING.PL



TUTAJ PANUJE NAJLEPSZA ATMOSFERA

Polski sport i biznes jeździecki rozwinęły się niesamowicie. Ludzie chętnie przyjeżdżają na zawody ze względu na świetną bazę i organizację, ale przede wszystkim dla niepowtarzalnej atmosfery i żywiołowych kibiców – mówi Paweł Jurkowski, wychowanek Lubelskiego Klubu Jeździeckiego, mieszkający i pracujący od 30 lat w Niemczech.

Rozmawiała: ILONA ROSIAK-LUKASZEWICZ

Od kiedy trwa Pana przygoda z jeździectwem?

Paweł Jurkowski: Do Lubelskiego Klubu Jeździeckiego trafiłem 46 lat temu, w 1972 roku. Po niecałym roku wystartowałem w pierwszych zawodach regionalnych, mój pierwszy koń, na którym startowałem, nazywał się Koktajl. Zdobyłem wtedy 2. i 3. miejsce. Potem pojechałem na większe, również udane zawody w Białce. To zachęciło mnie do kontynuowania przygody. Od tamtego czasu nie miałem większej przerwy w startach czy pracy z końmi. Na początku trenowałem 3 razy w tygodniu, potem coraz częściej. Z czasem jeździliśmy na coraz lepszych koniach, na początku były to konie rolnicze, które przysposabiało

się do jazdy sportowej. Potem zakupiono konie ze stadnin. Zaczęliśmy osiągać jeszcze lepsze wyniki w zawodach: w Pińczowie, Sopotcie, Kwidzynie czy w Warszawie na Legii.

W dalszym ciągu utrzymuje się Pan z jeździectwem?

PJ: Tak, od 30 lat mieszkam w Niemczech, tam pracuję w stajni, jeżdżę i startuję w zawodach. Połączyłem hobby z pracą, wciąż sprawia mi to przyjemność.

Jak Pan ocenia branżę jeździecką w porównaniu z rynkiem niemieckim?

Polski sport i biznes jeździecki rozwinęły się niesamowicie. Są sprowadzane konie, reproduktory do hodowli. Przed laty w Lublinie był jeden klub jeździecki i szkoła Pellini. Teraz był tam przy okazji Cavaljada i naliczyłem chyba z 50 małych i dużych klubów. Kiedyś

ZOSTAŃ SPONSOREM

najbardziej medialnego wydarzenia jeździeckiego
w Europie Środkowo-Wschodniej



TOUR
CAVALIADA

POZNAŃ

29.11-2.12.2018

LUBLIN

31.01.-03.02.2019

KRAKÓW

28.02-3.03.2019

WARSZAWA

7-10.03.2019

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI:

Jacek Michalski

Jacek.michalski@mtp.pl

603 590 462

www.cavaliada.pl



nie mieliśmy ani jednej hali do treningów i jazd, jedyną jakiej były do dyspozycji, to hala w Łącku, Starej Miłośnicy czy jeszcze przedwojenne, zlokalizowane przy stadninach. Teraz powstają piękne nowe hale.

A dlaczego trenuje pan i prowadzi stajnię w Niemczech?

Wyjechałem, poukładałem tam sobie życie osobiste i dobrze się tam czuję. Poza tym w Niemczech, Holandii czy Belgii wielu obcokrajowców lokuje swoje stajnie, np. Szwedzi czy Irlandczycy. Wszyscy chcą być bliżej miejsc zawodów, choćby ze względów logistycznych. Serce tego sportu bije w Europie Środkowej, z coraz większym udziałem polskich konkursów czy stadnin. Choćby po Cavaladiach widać, jak wzrosła liczba startujących polskich jeźdźców. Kiedyś trzeba było wysłać zaproszenia, by przyjeżdżali goście z zagranicy, teraz na odwrót – chętnych jest o wiele więcej niż miejsc.

Na których zawodach czuje się Pan najlepiej? Gdzie panuje najlepsza atmosfera?

Ze względu na atmosferę, zaangażowanych kibiców bardzo lubię startować w całym tourze Cavallady: w Poznaniu, Warszawie, Lublinie. Myślę, że nie tylko ja, ale też inni uczestnicy zapamiętają na długo świetne zawody w Koloibrzegu. W Czechach i na Słowacji są też dobre ośrodki i ciekawe zawody, np. niedawne mistrzostwa dla dzieci w San Giovanni. Każde zawody mają coś specyficznego: budowniczych parkurów, atmosferę, sposób organizacji. Zdarzają się takie ośrodki za granicą, które robią zawody trochę już z przyzwyczajenia. Przyjeżdżamy i wyjeżdżamy, nie

mając żadnych wspomnień. W Polsce są i wyniki, i wspomnienia, i coraz większa publiczność. Wygrany konkurs Potęgi Skoku, „Mazurek Dąbrowskiego” odgrywany przy 7000 widzów, oważe na stojąco – takich rzeczy się nie zapomina. Widać przy takich zawodach, ile wysiłku jest włożonego nie tylko w samą organizację, ale też w promocję i zapewnienie tej fantastycznej atmosfery. Nie uczestniczyłem w wielu polskich zawodach, bo w sezonie w promieniu tylko 100 km od mojej stajni, jest przynajmniej 10 imprez dla młodszych i starszych koni. Ale na pewno warto odwiedzić Jakubowice, Kraków, kolejne zawody w Poznaniu na Woli, czy CSIO* w Sopotcie, zwłaszcza że powstał tam piękny obiekt.

W Polsce nowe stadniny, ośrodki jeździeckie budują się głównie ze środków prywatnych, z inicjatywy ludzi, którzy zarabiają w innych branżach a jeździectwo jest ich pasją.

Bardzo podobnie jest w Niemczech, państwo utrzymuje 3 czy 4 stadna ogierów, a reszta to ośrodki prywatne. Impulsem do powstawania jest właśnie pasja, czy danie możliwości rozwoju talentu swoim dzieciom.

Czy po tylu latach startów nadal odczuwa Pan stres przed zawodami?

Oczywiście, mała adrenalina przed każdymi zawodami jest nawet potrzebna. W każdym konkursie chce się wypaść jak najlepiej. Zawsze pojawiają się więc wątpliwości, czy odpowiedniego konia wybrałem do danego konkursu, zwłaszcza wtedy kiedy nie jesteśmy pewni, jak się zachowa, czy da sobie radę. Ale też koniowi trzeba po prostu zaufać.



Czy ktoś Pana wspiera w kierowaniu karierą? Czy ma Pan managera, czy po prostu ufa Pan swojej intuicji biznesowej?

Mam ten komfort, że jestem zatrudniony w stajni, którą też reprezentuję podczas konkursów. Takim moim managerem jest więc moja szefowa, z którą rozmawiam przed każdymi zawodami. Często jeździ po zawodach na całym świecie ze swoimi zawodnikami, sama kiedyś czynnie uprawiała ten sport. Startowała np. w konkursach ujeżdżania w Książu, kilka razy była mistrzynią Niemiec. Współpraca układa nam się bardzo dobrze, jest nie tylko szefową – co też doradca. Każdy sportowiec potrzebuje takiego spojrzenia z boku, porady, ale też czasem kilku słów otuchy po jakimś mniej udanym konkursie. Samemu się nie da się wszystkiego w naszym sporcie nauczyć. Czasem dochodzi się do takiego momentu, gdzie dosłownie niuanse decydują o tym, czy coś się uda poprawić. Tylko te szczegóły trzeba umieć dostrzec.

Rodzina uczestniczy w Pana pasji?

O tak, najbardziej zaangażowana jest 10-letnia córka. Ma swojego kucyka i startuje w zawodach dla dzieci. Czasem się śmieję, że jest również moim najpilniejszym i najbardziej krytycznym recenzentem. Nie wiem, czy będzie chciała dalej rozwijać się w kierunku jeździectwa, jeśli tak – to będę ja wspierał. Jeśli wybierze inny zawód, może jeździectwo stanie się jej hobby. Na pewno poświęcenie się karierze sportowej, tak jak w innych dyscyplinach, wymaga wielu wyrzeczeń, ale też sporych nakładów finansowych.

O Pawle Jurkowski bez wątpliwości można powiedzieć, że jest jednym z ulubieńców Cavalladowej publiczności



Paweł Jurkowski podczas konkursu Potęga Skoku na Cavaladiach w Poznaniu w 2017 r.





SIODŁA, OGŁOWIA, POPREGI

– CZYLI PODSTAWA ZE SKÓRY

Tekst: KAMILA GRABOWSKA-DERLATKA

Skóra jest dominującym na rynku materiałem, jeśli chodzi o produkcję podstawowych elementów rzędu jeździeckiego. Ze skóry wykonuje się większość siodła, ogłowi, oficerek i butów jeździeckich, napierśników, wytoków, popregów, mniejszych dodatków, a czasami nawet ochraniaczy, kasków i elementów kielzn. Niektórzy producenci próbowali zastąpić skórę materiałami ekologicznymi i syntetycznymi, jednak w wypadku siodła i ogłowi syntetyczne wytwory nie były w stanie dorównać tym skórzanym. Skóra stanowi podstawę sprzętu jeździeckiego, a jej wykorzystanie jest niezwykle szerokie, dlatego w tym artykule skupimy się na siodłach, ogłowach, napierśnikach, wytokach i popregach oraz na środkach pielęgnacji skórzanych części sprzętu.

Ogłowia – małe dzieła sztuki

Ogłowia, jako podstawowy element sprzętu jeździeckiego, w każdej dyscyplinie ma wiele rodzajów i form. Podstawą ogłowia jest tranzelka, do której doczepiamy wodze i kielzno. Tranzelki różnią się między sobą nachrapnikami, sposobem mocowania kielzna i ozdobnymi naczółkami. Przy wyborze ogłowia jeźdźcy zwracają uwagę przede wszystkim na jego działanie, dlatego podstawą będzie dobór nachrapnika oraz mocowania i rodzaju kielzna. Na rynku możemy spotkać ogłowia między innymi z nachrapnikiem angielskim i kombinowanym, szwedzkim, meksykańskim i meksykańskim z kokardą, nachrapnikiem podwójnym czy hanowerskim – każdy z nich ma swoje ściśle określone działanie na pysk konia, a przy doborze nachrapnika ważne są takie aspekty jak: dobór kielzna, delikatność pyska i czułość konia na pomoce, poziom wyszkolenia konia, czasami także ewentualne problemy oddechowe wierzchowca. Oprócz nachrapników używanych do różnego rodzaju wędzideł spotykamy także nachrapniki do kielzn bezwędzidłowych, często same będące częścią kielzna (z których najpopularniejszymi są hackamorie). Rodzajów mocowania kielzn także mamy kilka – mocowanie do nachrapnika (jak w przypadku wspomnianego hackamorie), klasyczne mocowanie do pasków polickowych (dla wędzideł i pelhamów), mocowanie przeciąganymi paskami skóry lub linkami (do tzw. cyganek), a także podwójne paski polickowe w ogłowach munsztukowych. Niektórzy zwrócą też uwagę na inne rozwiązania, jak ostatnio modne, innowacyjne „anatomiczne” kształty tranzelki – o cenniejszej polityce (czyż szczyt się

w niektórych swoich modelach holenderska firma „BR” oraz francuskie „Dyon”), braku podgardla (na przykład w ogłowach „PS of Sweden”) czy specjalnym nachrapniku anatomicznym, omijającym najważniejsze nerwy na głowie konia („Micklem”). Obecnie tak naprawdę każdą część ogłowia możemy dokupić osobno. Jednak najczęściej robimy to w przypadku nachrapników i naczółków. Te drugie są oczywiście technicznie niezbędną częścią tranzelki, ale i tym, co pełni funkcję jej największej ozdoby. Naczółki występują w różnych kształtach, a sposobów ich ozdabiania są setki. Naczółki mogą być proste, trójkątne,

Wyścig technologiczny wśród producentów siodła trwa wiele lat i cały czas jeźdźcom oferuje się coś zupełnie nowego.

opadające. Lakierowane, plecione, ozdabiane kryształami Swarovskiego – je wszystkie możemy znaleźć w sklepach zarówno przy gotowych ogłowach droższych firm, jak i jako osobne elementy. Stylowy, piękny naczółek to tylko jeden ze szczegółów, który pokazuje, jak ważną jest elegancja w sporcie jeździeckim. Naczółek jest naszym zwieńczeniem ogłowia, czymś, co nadaje mu wyraz – nawet prosty z ładnie obszytej, dobrej jakości skóry potrafi przykuć uwagę – pewnie dlatego to zwykle na nim producenci umieszczają logo firmy. Ceny tranzelki są bardzo różne, wahają się od ok. 150 do 1500 złotych. Przystawione „jedno zero” w tym rozstawieniu cenowym nie jest przypadkowe. Tanie

ogłowią to wprawdzie dobre rozwiązanie na krótko, na treningi lub jeśli potrzebujemy parę ogłowi do używania na co dzień, na przykład do różnych kielzn. Trzeba jednak liczyć się z tym, że najtańsze opcje będą zdecydowanie mniej trwałe i mniej eleganckie od tych droższych. Optymalnym przedziałem cenowym dla zachowania odpowiedniego stosunku cena-jakość będzie przedział od 500 do 1000 złotych za podstawową wersję tranzelki. W tej cenie znajdziemy większość modeli holenderskiej marki BR, podstawowe modele niemieckiej Stübben czy Schockemöhle. Droższymi (powyżej 1000 złotych), dobrymi ogłowiami są z kolei modele firm takich jak Equipe i D'Yon. Ładne i dobrze dopasowujące się do konia, natomiast o jakości skóry i sprzączek zdecydowanie nieodpowiedniej do swojej ceny są tranzelki Prestige Italia i PS of Sweden. Z kolei tania, ale zaskakująco dobrą firmą okazuje się w tym wypadku Horka (od 250 do 450 złotych).

Napierszniki i wytoki – przydatne, choć nie zawsze niezbędne

Napiersznik i wytok to takie części sprzętu, które są popularne i często przydatne, natomiast nie są podstawą. Napierszniki mają za zadanie dodatkowo utrzymywać siodło i zapobiegać jego zsuwaniu się do tyłu. Występują w 3 głównych wersjach, w zależności od podpięcia do siodła i popregu – dwu-, trój-, i pięciopunktowe. Wytoki, zapobiegające zbytniemu podniesieniu przez konia głowy do góry oraz amortyzujące część niepotrzebnych wstrząsów idących od ręki do wędzida, często podpinane do napierszników, występują pod postacią dwóch oddzielnych pasek z karabińczykami, dwóch łączonych razem w kształcie litery „V” oraz jako

jednolity trójkąt (polecany dla koni, które mają tendencję do łapania napierszników i wodzy zębami). O dobrym napierszniku i wytoku decyduje nie tylko jakość skóry, ewentualnych elastycznych wstawek czy krój. Bardzo ważne są metalowe elementy takie jak karabińczyki i sprzączki, ponieważ to one najczęściej występują zwykle w przedziale cenowym od 150 do 1500 złotych, a najlepszymi ich producentami są: Equipe, Ikonik, D'Yon i Stübben. Przy ich kupowaniu należy być bardzo ostrożnym, szczególnie w dwóch kwestiach – dobrego dopasowania (zbyt luźny wytok lub napiersznik może zaplątać się w nogi konia i spowodować wypadek, natomiast zbyt krótki wytok uniemożliwi odpowiednią pracę szyi) oraz funkcjonalności (należy zwrócić szczególną uwagę na jakość poszczególnych elementów i być może nie kupować wytoków w postaci dwóch oddzielnych pasek, które, niestety, najłatwiej zerwać przy codziennej pracy czy w trakcie przejazdu na zawodach).

Wodze – niepozorne, ale ważne

Na rynku możemy znaleźć wiele rodzajów wodzy, a ich wybór zależy już tylko i wyłącznie od indywidualnych preferencji każdej zawodniczki i każdego zawodnika. Produkowane są gładkie wodze skórzane (obecnie najmniej popularne, ze względu na ich śliskość), wodze gumowe (wśród których zdecydowanie najlepsze są wodze „silicon” polskiego producenta Daw-Mag), ze stoperami (pomagającymi utrzymać równe napięcie prawej i lewej wodzy) oraz gumowane ze stoperami (będące połączeniem dwóch ostatnich rodzajów). Specjalnym rodzajem wodzy są wodze munsztukowe, które nie mają sprzączki na końcu, zwykle są gładkie i wykonane z samej, licowanej skóry, a także tak zwana

„czarna wodza” (umożliwiająca dodatkowo wypięcie konia na treningu, jednak w pełni ruchome i zależne od naszej ręki). Na rynku znajdziemy trzy podstawowe rodzaje zapiegi wodzy do kielzna – sprzączki, specjalne karabińczyki i haczyki. O ile karabińczyki są wygodne dzięki szybszemu zapinaniu, o tyle najtrwalsze i najbezpieczniejsze są zdecydowanie haczyki. Koszt wodzy nie jest duży, ich ceny wahają się zwykle od 70 do 160 złotych. Przy zakupie wodzy warto zwrócić uwagę na jakość zapiegi oraz na obecność specjalnych stoperów („motylików”), które zapobiegają zsuwaniu się wytoka i jego objaniu o wędzido konia. Dobra wodza powinna dopasowywać się miękko do ręki i nie ślizgać.

Popregi i fartuchy – co lepsze?

Popreg ma proste zadanie – podpięty pod brzuchem, trzymać siodło na krótkim grzbiecie. Jednak rodzajów popregów i materiałów wykorzystanych przy ich produkcji jest sporo. Istnieją popregi proste, popregi z anatomicznymi wycięciami, z gumowymi wstawkami przy sprzączkach (zapobiegającymi częściowo niebezpiecznym i bolesnym zapopięzieniom i pozwalające na lepsze dopasowanie), krótkie do siodła ujeżdżeniowych, popregi do siodła jedynotybinokowych, popregi z fartuchami. Szczegółne zastosowanie mają te ostatnie, które chronią konie skokowe od uderzania kopytami w skoku w brzuch i okolice, szczególnie przy założonych haczałach. Trzeba jednak wspomnieć, że popregi z fartuchami, dając większą ochronę, mogą ograniczać częściowo pracę przednich nóg. Dlatego zakup popregu należy dobrze przemyśleć, patrząc na technikę i styl pracy konia. Podstawowym materiałem przy produkcji popregów jest skóra, jednak popularne są także materiały syntetyczne, jak syntapex i neopren. Często fartuchy wzmacnia się włóknem węglowym lub tytanem, dla lepszej ochrony. Popregi, w zależności od jakości i przystosowania, mogą kosztować od 100 (proste popregi syntetyczne) do 1500 złotych (jak niektóre fartuchy luksusowych marek). Tutaj cena bardzo często świadczy o jakości – popreg z fartuchem za 500 złotych będzie zdecydowanie mniej praktyczny i będzie służył zdecydowanie krócej niż ten za ponad 1000 złotych. Podobna różnica dotyczy na przykład popregów ujeżdżeniowych za 200 złotych, a takich za ok. 500-700 złotych. Na popregach nie warto więc oszczędzać, kiedy ich jakość potrafi różnić się drastycznie – i jeden z nich posłuży nam parę miesięcy, a drugi nawet paręnaście lat i będzie zdecydowanie wygodniejszy dla wierzchowca.

Siodła – wyższość technologicznej

Siodło to najważniejsza część końskiego zrzędu. Siodła mają oczywiście różną budowę, dostosowaną do swojej funkcji. Wyróżniamy siodła skokowe, ujeżdżeniowe, wszechstronne, westernowe, rajdowe, turystyczne. Poza tym produkowane są też siodła jedynotybinkowe, a nawet beztynkowe („Butet Practice”). Wyścig technologiczny wśród producentów siodła trwa wiele lat i cały czas jeźdźcom oferuje się coś zupełnie nowego. Kiedyś terlica wykonana była z drewna i ciężkiego metalu, obecnie wykorzystuje się do jej



produkcji materiały syntetyczne (polimery i włókno węglowe) i aluminium. Coraz większą zainteresowaniem cieszą się rozwiązania zupełnie nowoczesne. Terlice termoaktywne, pierwszy raz wykorzystane parę lat temu w niektórych modelach firmy „Prestige”, dają możliwość bardzo dokładnego dopasowania siodła do określonego konia w zaledwie parę godzin i zmiany takiego dopasowania w każdym momencie. Wymienne lęki z kolei są tym, czym szczyt się nowa na rynku firma Ikonik. Dobrym rozwiązaniem okazują się siodła odciążające kregosłup jeźdźcy – pierwszymi z nich była linia Prestige X-Breath, gdzie dzięki specjalnym dziurom w siedzisku zupełnie zniesiony został nacisk na kość ogonową i przez to cały dół kregosłupa został odciążony niemal w 100%. Potem podobnych rozwiązań zaczęły poszukiwać Stübben. Nie dziwią już bardzo powszechne, choć kiedyś innowacyjne technologie close contact i shoulder free. Niestety w wyścigu technologicznym nie do końca sprawdzone okazały się siodła modułowe (m.in. Kieffer Move) oraz beztynkowe. Ceny nowych siodła wahają się pomiędzy 3000 a ponad 20 000 złotych. Stosunek ceny do jakości i wykorzystanych technologii jest zwykle adekwatny, natomiast dobór odpowiedniego modelu nie jest wcale oczywisty. Kupując drogie i dobre siodło, nie mamy wcale gwarancji, że spełni nasze oczekiwania.



Czy siodła są rzeczywiście najtrudniejszym produktem w branży jeździeckiej, którym chciałoby się handlować?

Agnieszka Chreptowicz, sklep jeździecki Cavallo

Obecny rynek zapewnia coraz większy zakres i możliwości dopasowania siodła zarówno do konia jak i do jeźdźcy. Istnieje duża gama możliwości stworzenia indywidualnego siodła pod różne potrzeby. Można sobie wybrać rodzaj wypełnienia poduszek, rozstaw łęków, długość tybinek, jakość i kolorystykę skóry. Warto jednak pamiętać, że każda niestandardowa zmiana wiąże się najczęściej z dodatkowymi kosztami. Wychodząc naprzeciw klientowi, firmy produkujące siodła oferują duży wybór opcji w ofercie standardowej. Bardzo popularne i przystępne cenowo stały się siodła syntetyczne. Są to siodła lżejsze wykonane z nie wymagających specjalnej pielęgnacji materiałów. Często występują z możliwością samodzielnej wymiany łęku. Dobierając siodło najważniejszymi kryteriami jest budowa oraz wzrost jeźdźcy jak również i konia. Przy wyborze, bardzo ważne jest to, aby siodło odpowiadało dyscyplinie jaką dany jeździec preferuje. Często jest możliwość skorzystania z siodła testowego, dzięki temu klient może sprawdzić przed zakupem czy dokonał właściwego wyboru. Trzeba pamiętać o tym, że siodło jest swoistego rodzaju łącznikiem pomiędzy koniem a jeźdźcą. Złe dopasowanie siodła może zrobić krzywdę zwierzęciu. Zauważamy jednak, że w porównaniu do wiedzy choćby sprzed 10 lat, poziom świadomości w tym zakresie jest dużo, dużo większy.

W sprzedaży siodła można mówić też o pewnego rodzaju trendach. Był okres kiedy dominowały głównie siodła skórzane. Z upływem czasu na rynku pojawiało się coraz więcej siodła syntetycznych, różnych marek. Kolejny etap to siodła bezerlicowe – czyli bez sztywnej terlicy. Siodła te nadal mają swoich zwolenników. Często wybraną opcją są również siodła używane. Ze względów finansowych nie każdy może sobie pozwolić na zakup nowego, markowego siodła, dlatego kupno siodła używanego wydaje się być dobrą alternatywą.

Zakup siodła wiąże się także z kupnem produktów do jego konserwacji. Na rynku jest bardzo szeroka gama produktów do pielęgnacji wyrobów skórzanych w przeróżnej postaci: smary, balsamy, oleje itp.



W dzisiejszych czasach ze względu na dużą ofertę oraz indywidualne preferencje, sprzedaż siodła jest bardzo szerokim i trudnym tematem. Powstaje coraz więcej firm które specjalizują się tylko w doborze i dopasowaniu siodła. Dojeżdżają do klienta w celu przeprowadzenia wywiadu oraz dokładnego pomiaru konia i na tej podstawie dobierają i personalizują siodło.

W praktyce na każdym etapie treningu zawodnikowi potrzebne jest inne siodło. Do niektórych modeli dojeżdżamy z czasem, kiedy rozwija się nasz styl jazdy. Poza tym nawet wśród najbardziej doświadczonych jeźdźców preferencje doboru siodła są zupełnie inne i zależą nie tylko od stylu jazdy, ale też od budowy miednicy i kręgosłupa. Obecnie czołowymi producentami są: Prestige, Butet, Stübben, Bruno Delgrange, Devocoux i CWD. Dopasowanie siodła do konia i jeźdźcy jest na tyle trudną i wymagającą kwestią, że stworzono specjalną profesję „saddelfittera/ki” – czyli człowieka, który profesjonalnie pomaga dobrać model i dopasować rozmiar i konfigurację siodła. Pod uwagę brane są rozmiar siedziska, rozmiar łęku, rozstaw ławek, wypełnienie poduszek.

Bezpieczeństwo

Dobry rząd to nie tylko elegancja i wygoda, ale także bezpieczeństwo. Zawsze należy więc dopasowywać każdy jego element do danego konia, uważać na jakość i stan poszczególnych paszków, zapieć, karabińczyków, łączni i sprzączek, a także odpowiednio czyścić i konserwować sprzęt co jakiś czas.

Naczelę jest niczym zwierzenie ogłowia, czymś, co nadaje mu wyraz – nawet prosty z ładnie obszytej, dobrej jakości skóry potrafi przykuć uwagę – pewnie dlatego to zwykle na nim producenci umieszczają logo firmy.

Środki pielęgnacji skóry

Podstawowa pielęgnacja skóry ma dwa etapy – mycie i konserwację z natłuszczeniem. Pierwszy krok wykonujemy zwykle przy pomocy mydła glicerynowego w postaci stałej lub płynnej. Drugi polega na wcieraniu w siodło olejów natłuszczających i smarów ochronnych. Mydło glicerynowe produkowane jest przez wiele firm, a jego ceny wahają się od 15 (stałe mydło B&E Sattelseife) do 70 złotych za pół litra płynnego mydła w spryskiwaczu (Vereudus Curium Soap). Jednym z najlepszych mydeł na rynku jest klasyczne mydło glicerynowe Stübben (35 złotych za 50 ml stałego mydła). Oleje do skóry mają za zadanie bardzo głęboko wnikać w skórę, intensywnie ją nawilżając. Z kolei smar lub pasta zdecydowanie bardziej konserwują ją i chronią z zewnątrz. Najlepszymi preparatami nawilżającymi na rynku są Vereudus Curium Oil (80 złotych za pół litra oleju) i Vereudus Curium Balsam z woskiem pszczołim (70 złotych za 50 ml smaru). Jednak smary i oleje do skór potrafią kosztować dużo taniej, nawet 20 zł za 250 ml (smar Gold Label). Popularnym od ok. 2 lat rozwiązaniem są preparaty typu „wszystko w jednym”, z których pierwszym i wciąż najlepszym jest Equifix Lazy Man. Ich działanie jest proste – do wiadra z letnią wodą nalewamy odpowiednią ilość preparatu, po czym zanurzamy w pianącym się roztworze na 30 sekund po kolei części rzędu (siodło

przecieramy gąbką z roztworem płynu). Lazy Man (55 zł za litr) okazał się hitem, ponieważ można dzięki niemu zaoszczędzić bardzo dużo czasu i wysiłku, kiedy efekt jest niesamowity – cały brud, nawet ten bardzo trudny do doczyszczenia, odpada, a sprzęt jest błyszczący i nie atakuje go kurz ani pleśń.

Prezentacja i reklama

Kiedy na rynek wchodzi nowe siodło lub innowacyjny rodzaj ogłowia renomowanej marki, od razu widzimy jego reklamy w Internecie. Każdy artykuł zajmuje swoją pozycję w sezonowych katalogach. Na stronach producentów i dystrybutorów danych siodła, ogłowia, poprzęgów czy napierśników widzimy dość dokładny opis zastosowanych nowych technologii, do tego wymieniane są zalety ich użytkowania. W sklepach internetowych i katalogach ogłowia i napierśniki dumnie prezentują się na głowach pięknych koni lub na eleganckich manekinach, natomiast siodła fotografowane są jako zupełnie osobne, nie na grzbiecie konia i zwykle na białym albo szarym, uniwersalnym i nieprzyciągającym uwagi oglądającego tle. W sklepach i przy okazji targów jeździeckich ogłowia lub napierśniki zdecydowanie lepiej prezentują się na osobnych manekinach niż na jednym wieszaku, razem z innymi tranzelkami i napierśnikami. Z kolei siodła wystawiane są na specjalnych stojakach-kozlach lub wiszą wyeksponowane na wieszakach ściennych. Dobrym sposobem na zachęcenie klientów są prezentacje siodła przy okazji zawodów jeździeckich. Wycięc technologicznej wciąż trwa, a producenci i projektanci sprzętu ciągle poszukują najlepszych rozwiązań. Wiemy jedno – to, co dobre dla jednej pary jeździec-koń nie musi być dobre dla innej. Dlatego na rynku mamy obecnie wiele rozwiązań, które mimo wszystko ciągle się „mnożą”. Tempo rozwoju technologicznego sprzętu jeździeckiego jest ogromne i nie wiemy jak skórze nam zaproponowane za rok, a tym bardziej jej skórzane elementy rzędu będą prezentowały się za 5 lub 10 lat. Należy mieć tylko nadzieję, że kiedyś otrzymamy na tyle dobrą syntetyczną lub inną, „ekologiczną” alternatywę skóry bydlęcej lub cielęcej, że będzie w stanie wyprzeć klasyczne, mniej humanitarne rozwiązanie. Czy i kiedy to nastąpi? Nie wiemy. Na razie skóra dalej triumfuje.



SIODŁO – PRODUKT BARDZO INDYWIDUALNY

– mówi Piotr Wysocki, założyciel
i właściciel firmy DAW-MAG

Rozmawiała: ILONA ROSIAK-LUKASZEWICZ

Jak to się stało, że branża jeździecka pojawiła się w Pana życiu zawodowym?
Trochę przez zbieg okoliczności. W 1990 roku, tak jak sporo osób w tym czasie, poczułem potrzebę otwarcia firmy. Akurat wtedy mój ojciec kończył po 35 latach pracę w branżowej spółdzielni „Siodlarz”. Miał ogromną wiedzę i doświadczenie, przechodząc przez wiele stanowisk do stanowiska prezesa. Wtedy zaproponował mi stworzenie firmy o profilu siodlarskim. Bardzo mnie to wciągnęło, zawsze lubiłem konie, od 15. roku życia jeździłem konno. Zaczęliśmy od pierwszego klienta, który miał duże zapotrzebowanie na rynek niemiecki i skandynawski. Krok po kroku rozwijaliśmy asortyment, zaczynając od drobnych produktów.

Partner był motywatorem...

Tak, rok po rozpoczęciu produkcji już eksportowaliśmy nasze towary na rynek niemiecki. W tej chwili mamy rozpoznany rynek w całej Unii Europejskiej, Stanach Zjednoczonych i w innych krajach. Obecnie nasza oferta liczy ok. 400 produktów, rozwijamy ją we współpracy z jeźdźcami i trenerami. Rynek jeździecki jest wymagający, nowy asortyment wymaga odpowiedniego przygotowania, zdobycia wiedzy z zakresu materiałoznawstwa, ciągłego testowania i współpracy. Na początku nie robiliśmy siodła, stopniowo wprowadzaliśmy je do produkcji. Do tej pory powstało u nas ponad 100 całkowicie nowych modeli siodła. Gdy przyjeżdża klient mówi jakiego siodła potrzebuje, odpowiadamy na indywidualne zapotrzebowanie, wprowadzamy zmiany według sugestii, testujemy, a dopiero potem wprowadzamy do produkcji. Przy tym raczej nie mówimy o produkcji masowej, bo siodło jest produktem bardzo indywidualnym.



Piotr Wysocki, właściciel firmy DAW-MAG

Zanim produkt jest produkowany – jest testowany na etapie prototypu?

Wprowadzenie niesprawzonego produktu byłoby dużym ryzykiem. Jesteśmy odpowiedzialni za każdy szczegół, stąd też dobieramy najlepsze komponenty. Skóry kupujemy z najlepszych polskich i zagranicznych garbarni. Mamy stałych odbiorców w Holandii, Niemczech, Włoszech, Francji oraz w krajach Skandynawskich. Musi nas wyróżniać jakość, bo na tych rynkach konkurujemy z firmami z bogatą tradycją, sięgającą około 150 lat. W naszych siodłach jeździ wielu zawodników oraz osoby rekreacyjnie uprawiające jazdę konną. W naszym kraju jeździ także polska policja, a za granicą policja w Omanie i we Włoszech. Oprócz produkcji siodła sportowych i rekreacyjnych nasza marka znana jest z produkcji siodła wojskowych, z których korzysta Szwadron Wojska Polskiego i wiele grup rekonstrukcyjnych.

Jak mógłby Pan określić proporcje sprzedaży krajowej i zagranicznej?

W tej chwili większość zamówień realizujemy na eksport. Przy czym rozwijanie sprzedaży w Polsce jest dla mnie również bardzo ważne. Naszą współpracę z rynkiem skandynawskim zaczęliśmy od stworzenia dla jednego z najlepszych zawodników siodła od początku. Potrzebował nowych siodła do koni islandzkich, które mają inną budowę i trochę inaczej się ruszają, co wymagało zastosowania innej technologii.



BABORÓWKO HORSE SALE SHOW



28-30.09.2018

AUKCJA KONI SPORTOWYCH
FINAŁ PUCHARU POLSKI WKKW
CIC3* CIC2* CIC1*

WWW.BHSS.BABOROWKO.PL



Piotr Wysocki z synem Dawidem

Czy mówiąc o siodlarstwie, mówimy o rzemiośle, sztuce czy produkcji, skoro to taka indywidualna sprawa?

Według mnie to połączenie tych aspektów. Jeśli tworzymy siodło na miarę, np. damskie, możemy powiedzieć, że to sztuka. Natomiast każdy wzór można rozpowszechnić, w ramach określonych modeli. Dzisiejszy klient oczekuje też powtarzalności, a przede wszystkim funkcjonalności. Produkcja, gdy znamy dobrze dany model, sprzyja utrzymaniu wysokiej jakości. Wychodząc na przeciw nowoczesnej technologii zaczęliśmy współpracę z firmami, które produkują dla nas elementy wykorzystywane w produkcji siodła już w technologii 3D. Dążymy do perfekcyjnego wykonania.

Czy można powiedzieć, że to ręczna praca?

To cały czas jest rękodzieło, wszystko przechodzi przez ręce pracowników. Proces nauki, wdrażania pracownika trwa tak naprawdę do roku. W dodatku ciężko jest znaleźć chętnych do pracy i nauki. A maszyna sama tego wszystkiego nie zrobi. Wyszkołem kilkunastu uczniów, jednak po wejściu w życie nowych przepisów, nie możemy szkolić następnych, ponieważ ten zawód nie jest uznawany za przyszłościowy. Mamy to szczęście, że mamy silną i wykwalifikowaną kadrę. To są pasjonaci, którzy lubią to co robią.

Czy Państwo pracujecie ze sklepami jeździeckimi?

Tak, współpracujemy i staramy się rozwijać naszą współpracę informując Klientów sklepowych o naszych możliwościach technicznych. Zaopatrujemy ok. 50 sklepów w Polsce i to są różne, mniejsze lub większe placówki. Dajemy im dobre warunki i nasz serwis. Zależy nam, by docierać z ofertą do wszystkich zakątków Polski. Jeśli ktoś chce sprzedawać nasze siodła, zapraszamy do naszej firmy, by mógł zobaczyć, jak siodła powstają, by dysponował odpowiednią wiedzą, którą z kolei będzie mógł dzielić się ze swoimi klientami. Natomiast jeśli chodzi o samo zamawianie, opieramy się o konkretne dane od klienta: pomiar konia, wielkość siedziska. Nie da się kupić siodła jakiegokolwiek. Bez dopasowania mogą pojawić się problemy i siodło może uciskać.

Czyli siodła, które zamawia sklep to bardziej model, na podstawie którego dopasowuje się siodło?

Tak powinno się to odbywać, by sprzedawca z kilkoma wybranymi modelami jechał do stajni, mierzył konia, przymierzał siodła, pozwolił sprawdzić je jeźdźcowi. Po zapisaniu wszystkich uwag i wymiarów, i przesłaniu ich do nas, moglibyśmy przystępować do produkcji. Kiedyś nie było takiego przygotowania, jeśli chodzi o zamówienie pod klienta. Staramy się poprzez takie podejście propagować naszą markę.



DAW-MAG to wykwalifikowana kadra, która czuje pasję w działaniu

Siodło jest wyjątkowym łącznikiem między jeźdźcą a koniem?

Powiem tak, że siodło jest takim pomocnikiem, który ułatwia jeźdźcowi utrzymanie odpowiedniej pozycji. Najlepiej zaobserwować to przy siodłach close contact do skoków, ściśle dopasowanych. Wychodząc naprzeciw nowoczesnym technologiom zamawiamy terlice do najbardziej popularnych, profesjonalnych siodła w technologii 3D.

A jak wygląda rynek wtórny? Czy jest sens kupować siodło używane?

Jeśli siodło ma robiony przegląd i jest w dobrym stanie, to zawsze można spróbować dopasować do innego konia, coś przerobić, zmienić poduszki, naprawić.

Co po 28 latach działania firmy uważa Pan za największy sukces?

Pracowaliśmy długo nad jakością naszych produktów i dzisiaj możemy powiedzieć, że zdobyliśmy uznanie i zaufanie naszych klientów tak w kraju, jak i za granicą.

Czy rozwój firmy uważa Pan za proporcjonalny do rozwoju branży w Polsce? W jaki sposób Pan postrzega nasz rynek, czy jest dynamiczny?

Kiedyś to był mały rynek, sezon trwał od Świąt Wielkanocnych do Bożego Narodzenia. Dzięki Unii Europejskiej i inwestycjom w infrastrukturę branży



Piotr Wysocki z Michałem Kubiakiem i Florentyną Kordek

i hale jeździć można już praktycznie przez cały rok, jeździectwo zaczyna się rozwijać. Ludzie coraz częściej inwestują w sport i rekreację.



LUZAK – prawa ręka jeźdźca



Lużak to jeden z podstawowych zawodów wykonywanych w branży jeździeckiej – razem z zawodnikiem i trenerem tworzy zespół sportowy.

Zawód bardzo trudny i wymagający, który jednocześnie pozostaje marzeniem niejednego adepta jeździectwa.

Tekst: Agata Gajewy

Można powiedzieć, że lużak jest osobistym asystentem sportowca – to właśnie on pełni funkcję pomocniczą zarówno w codziennej pracy, jak i w trakcie zmagania sportowych. Podstawowym zadaniem lużaka jest dbanie o konia – czyszczenie, przygotowywanie do jazdy, przygotowanie specjalistycznych posiłków, zabiegi pielęgnacyjne i wiele, wiele innych. Dzięki obecności w stajni lużaka, sportowiec może skupić się na pracy z końmi, stając się bardziej efektywnym oraz oszczędzając wiele czasu. Lużacy są też nieocenioną pomocą podczas zawodów – szczególnie tych, na które wybieramy się na kilka dni, z więcej niż jednym koniem. Starty oddalone od siebie o kilkanaście, co najwyżej o kilkadziesiąt minut, nie byłoby możliwe bez pomocy tych osobistych asystentów.

Kiedy lużak potrzebny?

Zatrudnienie lużaka nie jest decyzją, którą powinieneś podjąć po przekroczeniu magicznej bariery 105 cm, czyniącej z Ciebie zawodnika z III klasą sportową (prawie zawodowca!). Nie powinieneś tej decyzji podejmować, gdy decydujesz, że jeździectwo będzie Twoim sposobem na życie. Powinieneś podjąć ją wtedy, gdy zorientujesz się, że sam nie dajesz rady

odpowiednio zająć się swoimi końmi i poświęcić im takiej uwagi, jakiej oczekują. Lużak przyda się w każdej stajni, która posiada przynajmniej kilka koni w treningu. Jego obecność nie tylko usprawni pracę jeźdźcy, ale również pozwoli zadbać o konia na najwyższym poziomie. Zyskujesz nie tylko pomoc do siodłania i rozprężania koni – zyskujesz też całodobowego opiekuna swoich koni. Lużak to pierwsza osoba, która zauważa objawy chorób i kontuzji, karmi konie, dba o ich dobrostan, jednocześnie pilnując sprawności stajni, zgłaszając naprawy i pomniejsze awarie, a często i zajmując się nimi samemu.

Typowy dzień z życia lużaka

Praca lużaka rozpoczyna się, zanim większość przeciętnych Kowalskich wstanie z łóżka. Skoro świt pojawia się w stajni, by przypilnować karmienia koni lub samodzielnie podać im siano i owies oraz zadbać o stajenną czystość. Następnie sprawdza, czy każdy z koni zjadł swoje śniadanie, napił się wody oraz czy każdy z koni wypróżnił się odpowiednio w trakcie pracy (niezły pokarmowe wywołują u koni kolkę, która może prowadzić nawet do śmierci). Każdy z koni ma czyszczone kopyta – podczas tego zabiegu

szczególnie zwraca się uwagę na to, czy wszystkie podkowy znajdują się na swoim miejscu, a nogi nie są w żaden sposób napuchnięte, czy zranione. Końcy sportowcy codziennie otrzymują opiekę godną olimpijczyka – dopiero czyszczy i lśniący, w odpowiednio dobranych ochraniaczach wychodzą na pierwszy, poranny spacer, pracę w karuzeli czy trening. Szybko nadchodzi pora obiadu, a więc znów przypilnowanie koni, sprawdzenie czy wszystkie konie zachowują się normalnie, czują się dobrze i są najedzone. Po krótkiej przerwie kolejna dawka zaplanowanego na ten dzień ruchu. W między czasie lużak ma drugie tyle obowiązków – dbanie o czystość sprzętu, pranie, podawanie leków i suplementów, drobne naprawy i porządki w stajni. Podsumowując, zadaniem lużaka jest w pierwszej kolejności dbanie o dobrostan i zdrowie koni, a w drugiej pilnowanie, by cała stajnia pracowała jak dobrze naoliwiona maszyna.

Zawody bez lużaka – rzecz niemożliwa

Często zadaniem lużaka jest również rozprężanie koni przed samym treningiem – czy to w formie lonży, spaceru, czy też jazdy. Dzięki temu jeździec może skupić się na właściwej dawce pracy z każdym koniem, nie myśląc o przygotowaniach oraz nie poświęcając czasu na podstawową rozgrzewkę. Daje mu to możliwość zaoszczędzenia sporej ilości czasu oraz siły, które, w tej jednak fizycznej pracy, są niezwykle istotne. O ile w stajni jesteśmy w stanie poradzić sobie sami, o tyle uczestnictwo w zawodach bez pomocy lużaka może okazać się niemożliwe. Jeśli planujemy starty dwoma końmi w jednym konkursie, potrzebujemy kogoś, kto przygotuje i rozpręży kolejnego konia, odbierze od nas tego, który już swoje zadanie wykonał. Praca lużaka związana z zawodami zaczyna się jeszcze w domu podczas czyszczenia sprzętu oraz

Podczas tegorocznych zawodów Silesia Equestrian 2018 organizatorzy zadbali także o lużaków. W projekcie #silesiagroomchallenge oceniano postawę lużaków podczas pracy z końmi i z zawodnikami (w skład jury weszli stewardi oraz wolontariusze), zaangażowanie w wydarzenia towarzyszące (ocena dyrektora zawodów i opiekuna ekip), dodatkowe punkty lużacy zdobywali podczas konkurencji w trakcie Rodeo oraz Silesia Groom Party. Puchar Najlepszego Lużaka odebrała Gabriela Skotniczy za opiekę nad końmi Michała Ziembickiego.

Agnieszka Olszewska, KJ Osadkowski

Na Zachodzie gradacja w wykonywaniu zawodu lużaka jest dużo bardziej zaawansowana niż w naszym kraju. Lużacy pełnią różne funkcje: są np. show-groom's, czyli lużacy, którzy jeżdżą wyłącznie na zawody jeździeckie, w domu natomiast można spotkać szefa stajni, który zarządza pracą innych podległych mu lużaków. Widać, że powstają całe zespoły pracujące na rzecz danego Teamu i powoli jest to wdrażane także w Polsce.



kompletowaniu najpotrzebniejszych akcesoriów – zapasowa para wodzy, komplet czapraków, kilka ogłowi, komplet wędzideł, szczotek, haceli... Oprócz przygotowania sprzętu, luzacy również często przygotowują podręczne plecaki, w których noszą wszystko, co najpotrzebniejsze „w terenie”, czyli z dala od koniowozu, stajni i paki. Luzak na zawodach zwykle je ostatni (zaraz po ostatnim posiłku koni) i kładzie się spać dopiero po przygotowaniu wszystkiego na dzień następnny.

Luzak od prawa strony

Zadania luzaka są niezwykle odpowiedzialne – często konie, którymi się opiekuje, są warte kilkudziesiąt czy kilkaset tysięcy euro. Z drugiej strony, są to niebezpieczne zwierzęta, przy których nie trudno również o uszczerbek na zdrowiu pracownika. Biznes jeździecki jest niejednokrotnie oparty na niesformalizowanych stosunkach i umowach, szczególnie ten stajenny. Jednak w obliczu odpowiedzialności oraz trudności pracy luzaka warto pamiętać, by zabezpieczyć się umową. Umowa o pracę pozwoli również uniknąć nieporozumień dotyczących odpowiedzialności za konie, a z drugiej strony o zdrowie pracownika. Warto pamiętać, by w umowie zawrzeć klauzulę poufności – luzak nie będzie mógł dzielić się informacjami o naszych koniach, bez ryzyka kary z osobami postronnym. Zasada ta ma zastosowanie zarówno podczas trwania umowy, jak i po jej wygaśnięciu lub rozwiązaniu. To szczególnie przydatny zapis, jeśli dopuszczamy w przyszłości możliwość sprzedaży naszych koni.

Ważne jest zaangażowanie, profesjonalizm i dobra współpraca całego zespołu, aby zawodnik mógł skupić się na starcie. Wzajemne zaufanie jest kluczem do sukcesu.



▲ **Arkadiusz Józwiak, luzak Pawła Warszawskiego, reprezentanta Polski WKKW**
Podstawowym i najważniejszym zadaniem luzaka jest dbanie o dobro konia, zarówno w domowej stajni, jak i w trakcie zawodów. 100% zaangażowania i poświęcenia to warunek konieczny w tym zawodzie – znamy konie, które mamy pod swoją opieką na wylot, pamiętamy o ich chorobach, przebytych kontuzjach, kilka razy dziennie sprawdzamy, czy dobrze się czują, zauważamy każdą zmianę zachowania. Luzak musi posiadać dogłębną wiedzę na temat anatomii, fizjologii, behawioru, dobrostanu oraz treningu koni. Największym wyzwaniem jest łączenie wielu, skrajnie różnych zadań, w logicznie funkcjonującą całość. Praca w domu przebiega zwykle według ustalonych schematów – planu dnia, planu treningu. Prawdziwym egzaminem dla każdego luzaka są zawody, kiedy to pojawia się wiele niezaplanowanych zdarzeń. Naszym zadaniem jest reagować na bieżąco na zmiany sytuacji, przy równoczesnym dopilnowaniu najważniejszych obowiązków – przygotowania konia na czas, karmienia o odpowiedniej porze, sprzątania i monitorowania stanu zdrowia konia. Praca luzaka, mimo to, że jest ciężka i wymagająca, sprawia niezwykle satysfakcję, szczególnie, gdy nasz zespół osiąga sukcesy.



◀ Izabela Ciepła, luzak w stajni sportowej Wechta

W pracy luzaka najważniejsza jest ogromna cierpliwość do każdego konia. Trudne jest to, że każdego konia musimy poznać „na wylot” – musimy wiedzieć jak zachowuje się na zawodach, a jak w domu. Każdy z nich jest inny i do każdego musimy podchodzić indywidualnie. Jako luzak pomagamy przy wszystkich zabiegach, również przy wizycie weterynarza, czy kowala, co pozwala mi rozwijać swoją wiedzę. Konie to moja pasja od dzieciństwa i zawsze chciałam połączyć pasję z pracą – cieszę się że mi się udało. W tym zawodzie nie można się nudzić!

nuba
equi
PREMIUM QUALITY HORSE FEED

NOWA SERIA PRODUKTÓW!

NUBA BELLY FAVOUR CHAFF

Sieciska dla koni ze skłonnością do chorób układu pokarmowego, stanowiąca zbilansowaną dawkę pokarmową. Zawiera komponenty wspomagające trawienie i ułatwiające rekonwalescencję wrzodów.



NUBA HOOF&SHINE CHAFF

Pasza bazująca na komponentach włóknistych wspomagająca dobrą kondycję kopyt, skóry i sierści. Smak wzbogacony o białym, melonowy, cynk, miedź, witaminy, algi oraz drożdże i probiotyki.

NUBA LUCERN COCO OIL CHAFF

Sieciska z lucerną z olejem kokosowym. Zawiera zgranolowane drobne części lucerny o niskim zwłóknieniu, sieciskę z łuski i powłokę z oleju kokosowego. Sieciska ta dostarcza do diety koni wysokiej jakości białka, błonnika, energii strawnej, tłuszczu i wapnia.

Polecimy pasze z serii podstawowej dla koni wszystkich ras i przeznaczenia oraz z serii CARE dla hodowców. Nasze mieszanki występują w dwóch wersjach: pasze kompletne i pasze balancer.



WIĘCEJ INFORMACJI NA STRONIE

www.nuba-equi.pl

Mateusz Żurawski, ▶

luzak w stajni sportowej w USA

Moja międzynarodowa kariera luzaka zaczęła się dzięki znajomemu, który pracował w Belgii. Pierwsza praca, właśnie w tym kraju, pozwoliła mi zdobyć bardzo dużo kontaktów, dając równocześnie doświadczenie, które zdobywałem pracując na zawodach. Znalazłem się w gronie doświadczonych zawodników i luzaków. Najważniejsza była dla mnie możliwość podpatrywania bardziej doświadczonych luzaków, z wieloletnim doświadczeniem na zawodach najwyższej rangi. W tym środowisku bardzo sprawdza się przysłowie „jak Cię widzą, tak Cię piszą” – dobrze pracując, możesz wyrobić sobie świetną opinię. Po półrocznej pracy podjąłem decyzję o rozpoczęciu pracy jako freelancer na arenie międzynarodowej. Początkowo ogłaszałem się na Facebooku, dostając coraz to nowe zlecenia na całym świecie. Dzięki dobrej opinii i poleceniu pracodawców, dotarłem do momentu, w którym rozpocząłem stałą pracę w stajni sportowej w USA. W tym środowisku sumienna praca daje świadectwo i kolejnych, być może lepszych klientów.



Zawód luzaka jest bardzo ważny z perspektywy pracodawcy. Wystarczy zastanowić się – z korniami jakiej wartości mamy do czynienia! Najmniejszy błąd z naszej strony, a właściciel lub zawodnik może stracić bardzo wiele. Jako luzacy mamy też największy kontakt z korniami. Często to my widzimy w jakiej formie jest zwierzę, pierwsi wylapujemy drobne urazy czy kontuzje. Małe zaniechanie, a np. niewielki uraz ścięgna

może skończyć się jego całkowitym zerwaniem. Pomaga to zrozumieć jak ważne są najdrobniejsze szczegóły i że nie wolno odpuszczać nawet w najmniejszym calu. Początkującym mogę poradzić, żeby bardzo się angażowali, byli punktualni i niezawodni, podglądali najlepszych i nigdy się nie poddawali. Ten sport nas wszystkich uczy pokory.

Najlepsi luzacy świata

Międzynarodowa Federacja Jeździecka (FEI) co roku przyznaje nagrody dla najważniejszych postaci jeździeckiego świata. Nagrody przyznawane są w pięciu kategoriach – wschodząca gwiazda, pomimo przeciwności (sportowiec paradydektwa), społecznik, najlepszy sportowiec i... najlepszy luzak. Ta niezwykle nagroda FEI podkreśla wagę luzaka w teamie sportowym. W roku 2016 laureatami zostali sportowi partnerzy – Nick Skelton (najlepszy sportowiec) oraz Mark Beever (jego luzak), którzy współpracują ze sobą już od kilkudziesięciu lat i razem i wspólnie wywalczyli złoty medal na Igrzyskach Olimpijskich w 2016. W 2017 roku nagrodę otrzymał Alan Davis, opiekun legendarnego Valegro.



Rider's Cream, OverHorse Krem do rąk dla jeźdźców i luzaków

Paweł Zdzieborski, dyrektor OverHorse

Stworzyliśmy linię kosmetyków z myślą o jeźdźcach i luzakach. Do zestawu wchodzi mydło antybakteryjne oraz specjalny krem do rąk. Krem ma głęboko nawilżającą formułę. Opakowanie jest poręczne, można mieć go zawsze przy sobie, łatwo wpasuje się w plecak luzaka. Dłonie luzaków są najmocniej

narazone na przesuszenia i dyskomfort, w związku z wykonywanymi przez luzaków obowiązkami, często mają styczność z środkami czyszczącymi. Początkowo krem do rąk dorzucaliśmy jako gratis naszym klientom, przy zakupie innych produktów. Aż przyszedł moment, kiedy Riders Cream pojawił się na stałe w ofercie.



EVO HORSE NAPKIN

Hanna Watras, właściciel marki Torpol

EVO HORSE NAPKIN należy do produktów, które każdy luzak zaliczyć powinien do kategorii must have. Dlaczego? Evo Horse Napkin wykonany jest z tkaniny Evolon, której Torpol jest wyłącznym licencjobiorcą na obszarze wytwarzania produktów na potrzeby rynku jeździeckiego. Jest to wyjątkowy materiał, powstały dzięki naprzemiennemu połączeniu cienkich poliestrowych i poliamidowych włókien. Charakteryzuje się gęstym, zwartym splotem i doskonałymi parametrami chłonnymi. Przede wszystkim wykorzystujemy go w naszych czaprakach. Użytkownicy potwierdzają, że grzbiet pod czaprakiem z podszyciem z Evolonu pozostaje suchy i nie dochodzi do spienienia potu bez względu na temperaturę powietrza, czy intensywność treningu. Evo Horse Napkin szczególnie doceniany jest w trakcie przygotowań do startów. Jest niezastąpiony podczas czyszczenia i polewania konia oraz wszelkich elementów uprzęży. Doskonałe właściwości chłonne powodują, że długo sprawia wrażenie suchości, a sierść i inne nieczystości nie wnikają w jego

głąb. W trakcie czyszczenia konia, w przeciwieństwie do innych ręczników czy ściereczek, intensywne strzępienie spowoduje, że będzie w dalszym ciągu zdalny do pracy. Przed wejściem parą na parkur każdy luzak powinien go mieć w swoim plecaku. Zajmuje mało miejsca. Jest zawsze czysty i higieniczny – wystarczy go przepłukać, wyschnie w moment, a bakterie będą trzymały się od niego z daleka. Stanowi doskonałą alternatywę dla wiecznie mokrych, zanieczyszczonych sierścią tradycyjnych ręczników. Nasze ręczniki Evo Horse Napkin wspomagały luzaków i budowniczych parkurów w trakcie zawodów CSIOS* Sopot 2018, a także brały udział w Silesiagroom Challenge podczas CSIB* w Jakubowicach. Już od sierpnia pytacie o nie w Waszych sklepach jeździeckich



◀ Hubert Artymowicz, menadżer sportowy wielokrotnej reprezentantki Polski w skokach przez przeszkody Klary Kostrzewy

Zaczynałem jako zawodnik. Przełomem w moim podejściu do sportu było rozpoczęcie pracy u bardzo profesjonalnego jeźdźcy kadry naszego kraju. Sam zdobywałem swoją wiedzę w najbardziej jeździecko rozwiniętych krajach na świecie. Bardzo dużo wyjeżdżaliśmy i trenowaliśmy z najlepszymi jeźdźcami na świecie. Po kilku latach współpracy zrozumiałem, że mogę bardzo pomóc zawodnikowi, który potrzebuje profesjonalnego podejścia - zaczynając od transportu koni, przez pomoc w treningach, żywieniu koni, współpracę z najlepszymi weterynarzami, jak i nastawienie ich samych do startu.



▲ Mateusz Cichon i klacz Casablanca, zdobywczyni 4. miejsca podczas Mistrzostw Świata Młodych Koni w 2017 r.

CICHON – WSPÓLNY MIANOWNIK INWESTYCJI JEŹDZIECKICH

W pewnym okresie wydawało nam się, że już osiągnęliśmy to, co byśmy chcieli mieć, przez dwa lata uspokoiliśmy inwestycje i nie organizowaliśmy zawodów. Przełomowym momentem było poznanie Andreasa Helgstranda. Zobaczyłem u niego, jak konie z hobby mogą stać się dochodowym biznesem. W Radzionkowie rozmawiamy z Mateuszem Cichonem – jeźdźcą Grand Prix, hodowcą i współtwórcą, już niedługo, trzech marek rodzinnego przedsięwzięcia: Cichon Dressage, Cichon Stallions i Cichon Services.

ROZMAWIALA: ILONA ROSIAK-LUKASZEWICZ ZDIĘCIA: JULIA ŚWIĘTOCHOWSKA

Kiedy w Państwa rodzinie, obecnie całej zaangażowanej w branżę konną, narodziła się tradycja jeździecka?

Mateusz Cichon: Właściwie to zaczęło się ode mnie i mojego brata. Interesowaliśmy się końmi rekreacyjnie, potem w małych stajniach zawsze brakowało nam lepszego poziomu. W końcu stwierdziliśmy, że założymy własną stajnię. Powstawała ona stopniowo przez trzy lata. To miejsce w Radzionkowie istnieje od 12 lat i co roku coś jest dodawane, modernizowane. W ostatnim czasie powstała hala, a kolejną inwestycją są padoki i namioty tunelowe. I tak – mam nadzieję – będzie nam przez najbliższe 10 lat czegoś sukcesywnie przybywało, żeby docelowo powstało centrum jeździeckie z ofertą dla wszystkich: jak na Zachodzie – coś dla poszukujących rekreacji, ale też dla zawodowych sportowców czy hodowców.

Macie Państwo kompleksową wizję przywiezioną z Zachodu, czy raczej dostosowujecie doświadczenia do polskich warunków?

MC: W pewnym okresie wydawało nam się, że już osiągnęliśmy to, co byśmy chcieli mieć. Przez dwa lata uspokoiliśmy inwestycje i nie organizowaliśmy zawodów. Przełomowym momentem było poznanie Andreasa Helgstranda – duńskiego medalisty olimpijskiego i największego na świecie sprzedawcy koni ujeżdżeniowych. Spędziłem w jego ośrodku trzy miesiące, podpatrując funkcjonowanie jego ośrodka. Zobaczyłem, jak konie z hobby mogą stać się dochodowym biznesem. Zrodziła się wtedy wizja stworzenia stacji ogierów. Uruchomienie tego przedsięwzięcia wymagało inwestycji infrastrukturalnych i zgod formalnych. Zawsze mówię, że stacja ogierów to swego rodzaju instytucja zaufania publicznego: hodowcy muszą ufać jakości tych ogierów,

wiedzieć, że stacja stosuje określone procedury, spełnia wymogi. Trzeba zbudować odpowiedni wizerunek. Nam udało się to osiągnąć, bo nawet lekarze z inspekcji weterynaryjnej – przyjeżdżając tu – robią zdjęcia, mówiąc, że to wzorcowy obiekt i takiego drugiego w południowej Polsce na pewno nie ma. Jak pokazują wyniki, jeśli chodzi o liczbę inseminowanych klaczy, mamy dużą perspektywę rozwoju. W zeszłym roku inseminowaliśmy 55 klaczy, w tym roku już przekroczyliśmy już liczbę 100, a mam nadzieję, że sezon zakończymy przy ok. 150. Gdy mówię o tym w Danii, specjaliści potwierdzają, że to bardzo dobry wynik jak na drugi rok działalności stacji. Ale ja ciągle mam niedosyt... Rynek koni ujeżdżeniowych w Polsce jest jeszcze mały, ale branża bardzo szybko się rozwija. Gdy ludzie będą mieli coraz więcej pieniędzy, będą szukali alternatywnych zajęć. Bo ile można kupować samochodów? Ile można jeździć na wczasach? Może zamiast na tenisa czy na golfa przyjadą do takiego ośrodka, kupią na aukcji zrebaka albo konia sportowego dla dziecka. Dzięki rozwojowi takich ośrodków jak nasz – z szeroką ofertą, jesteśmy w stanie doganiać kraje zachodnie.

Zawsze mówię, że stacja ogierów to swego rodzaju instytucja zaufania publicznego: hodowcy muszą ufać jakości tych ogierów, wiedzieć, że stacja stosuje określone procedury, spełnia wymogi.

Jeździectwo jest sportem niszowym. Ujeżdżenie chyba najbardziej?

MC: Z trzech olimpijskich dyscyplin rzeczywistość najbardziej, pomimo że jest punktem wyjścia dla pozostałych sportów. WKKW ma mniej zawodów, ale jest to, tak jak skoki, sport bardziej czytelny dla publiczności – są punkty karne, czas... można się zorientować, kto wygrał. To są dynamiczne zawody, które gwarantują show i emocje na odpowiednim poziomie. U nas przejazd trwa

ok. 6 minut. Laik po dwóch przejazdach jest zmęczony. Gdy jeszcze ogląda się przejazd par na poziomie olimpijskim, jest w tym pewne piękno i tych przejazdów można obejrzać znacznie więcej. Natomiast na zawodach regionalnych najczęściej jedyną publicznością są: trener, rodzice i znajomi zawodnika... Są różne pomysły, jak uatrakcyjnić zawody. Ostatnio szwedzki olimpijczyk Patrik Kittel zaproponował skrócenie programów ujeżdżeniowych o połowę. To na pewno zwiększyłoby dynamikę zawodów, po drugie: krótszy program oznacza więcej koni, które możemy przyjąć na zawody. Więcej koni

Mama zajmuje się kwestiami administracyjno-gospodarczymi, prowadzi gastronomię oraz noclegi ▼





▲ Pod nazwiskiem Cichoń kryją się marki: Cichoń Dressage i Cichoń Stallions. Za chwilę dołączy do nich Cichoń Services

▲ Poza ujeżdżeniem Mateusz Cichoń zajmuje się marketingiem, prowadzeniem stron www i pracą w kancelarii

to więcej wpisowego, więcej pieniędzy na nagrody. To z kolei przyciąga większe grono kibiców, co może przełożyć się na zainteresowanie sponsorów. To są naczylnia połączone. Ujeżdżenie od lat cierpi na brak sponsorów, z powodu małej atrakcyjności dla publiczności. Trzeba się w tym jak najlepiej odnaleźć... Dla nas drogą jest biznes ze stacją ogierów. Z tym się wiąże pokaz i aukcje koni – wydarzenia z których można uczynić prawdziwe, emocjonujące dla szerokiej publiczności.

I realne budowanie marki – konkretny produkt, który trzeba sprzedać.

MC: Nam chodzi o to, żeby ludzie zobaczyli te konie „na żywo”. W lutym zorganizowaliśmy fantastyczny pokaz ogierów na europejskim poziomie, który zgromadził w naszej hali blisko 1000 osób. Oprócz prezentacji koni był pokaz mody Natashy Pavluchenko oraz prezentacja zjawiskowych pojazdów marki Ferrari. Nie mieliśmy problemu z przyciągnięciem tak ekskluzywnej marki, bo dla nich takie wydarzenie ma swoją wartość.

Rynek koni ujeżdżeniowych w Polsce jest jeszcze mały, ale branża bardzo szybko się rozwija. Gdy ludzie będą mieli coraz więcej pieniędzy, będą szukali alternatywnych zajęć.

To dzieje się w czasie, kiedy państwowe stacje ogierów oddają pole walkowerem całkowicie. Stwarza to przestrzeń dla inicjatyw prywatnych. **MC:** Pisząc o aukcji, którą planujemy zorganizować we wrześniu, wyraziłem nadzieję, że nasze wydarzenie Cichoń Foals Auction wpisze się na stałe w kalendarz wydarzeń hipicznych w Polsce, wypełniając lukę po aukcjach koni arabskich, których potencjał w ostatnich latach drastycznie spada. Klientom takich aukcji pieniądze nie

ubywa, tylko kupują konie już gdzie indziej. Przy nowym wydarzeniu powoli musimy budować zaufanie, bo aukcja potrzebuje najwyższego stopnia zaufania między kupującymi, a organizatorem. To dobry krok, żeby zrobić coś nowego, jeśli chodzi o konie sportowe. Trzeba mieć nadzieję, że ceny uzyskiwane na aukcji pewnego dnia choć nawiążą do tych, jakie uzyskuje się na zachodzie i będzie to elitarne wydarzenie.

Jaki jest podział ról u Państwa? Kto jest zaangażowany w ten biznes rodzinny?

MC: Nasza mama głównie zajmuje się częścią księgowo-administracyjną. Dla niej to jest chleb powszedni, gdyż przez lata prowadziła księgowość bardzo dużej spółki branży spożywczej. Dodatkowo prowadzi restaurację na terenie ośrodka, załatwia wszelkie kwestie związane z noclegiem i gastronomią. Jeśli chodzi o część jeździecką: o stację, o trening koni – prowadzimy to z bratem Michałem. Ja zajmuję się dodatkowo marketingiem i prowadzeniem stron internetowych. Nasz tata natomiast dba o ośrodek jeździecki od strony technicznej. Zatrudniamy osobę, która zajmuje się przede wszystkim obsługą klientów stacji ogierów. Sami już nie dawaliśmy rady nadążyć ze zbieraniem zamówień, obsługą formalności, dostawą. Oprócz tego pracują u nas luzacy, pracownicy techniczni, odpowiedzialni za sprzątanie i przestzeń. Łącznie z nami i osobami współpracującymi (jak np. lekarz) pracuje tutaj ok. 20 osób, nie licząc obsługi restauracji. To się obecnie dobrze sprawdza. Mamy co robić, do dwóch marek, które rozwijamy, czyli Cichoń Stallions i Cichoń Dressage, wkrótce dołączy Cichoń Services, w ramach której chcemy zaoferować usługi związane z transportem koni czy pomocą prawną dla branży końskiej. Ja na co dzień pracuję jeszcze w kancelarii, kończę aplikację adwokacką. Do południa jestem w stajni, a po południu w kancelarii. Chcemy stworzyć własną kancelarię poświęconą jeździectwu, jestem przekonany, że połączenie wiedzy prawnej z moim doświadczeniem w branży końskiej zaprezentuje. Już teraz sporo osób zwraca się do mnie z różnymi

problemami. Te wszystkie nasze działania powoli się ząbają, choć czasem ciężko jest na przestrzeni tygodnia pogodzić wszystkie sfery aktywności. Skupiam się na rozwoju stacji ogierów, bo ona wymaga szybkich działań. Czas dostawy nasienia z zachodnich stacji ogierów to standardowo 24 godziny, my jesteśmy w stanie zrealizować dostawę w ciągu kilku godzin od zamówienia. Z perspektywy weterynarzy inseminujących jest bardzo wygodne, ale oczywiście wymaga odpowiedniej logistyki i przygotowania. W tym czasie musi przyjechać doktor, pobrać materiał, wypełnić dokumentację, trzeba przygotować do wysyłki, zawieźć na dworzec, znaleźć odpowiedni pociąg i wysłać.

Mamy co robić, do dwóch marek, które rozwijamy, czyli Cichoń Stallions i Cichoń Dressage, wkrótce dołączy Cichoń Services, w ramach której chcemy zaoferować usługi związane z transportem koni czy pomocą prawną dla branży końskiej.

To wymaga aktywnej sprzedaży czy ludzie sami się zgłaszają z zamówieniami?

MC: Oczywiście, są hodowcy, do których sami „uderzamy”, natomiast w Polsce hodowców dużych, których jesteśmy w stanie zidentyfikować jest kilku i w zasadzie większość z nich już jest naszymi klientami. Walka rozgrywa się głównie o małych hodowców, którzy mają jedną, dwie klacze. To osoby, które hodują często świetne konie, zupełnie bez rozgłosu. Tyle lat funkcjonując na tym rynku, czasem nie mam pojęcia o ich istnieniu, bo potem konie z tych hodowli są sprzedawane za granicę. Żeby pokazać, że nasze ogiery dają dobre potomstwo, organizujemy aukcję zrebątk. Z całej sporej grupy wyłonimy 10–15 najlepszych zrebątk i zaprezentujemy je na aukcji. Hodowcy za udział w niej nie zapłacą,

Ujeżdżenie cierpi na brak sponsorów z powodu małej atrakcyjności dla publiczności

po naszej stronie jest cała akcja marketingowa, wykonanie zdjęć, filmów, katalogów, promocja wydarzenia w mediach. Także nawet zakładając, że danemu hodowcy nie uda się sprzedać konia na tej aukcji, i tak otrzyma spora wartość dodaną w postaci reklamy jego działalności. Aukcja Cichoń Foals Auction 2018 odbędzie się 1 września. Chcemy tym wydarzeniem pokazać, że prywatne podmioty mogą się liczyć w branży i mogą z powodzeniem organizować imprezy na wysokim poziomie, budując zainteresowanie. Jestem tutaj dobrej myśli.

Czy będziecie Państwo rozwijać Waszą grupę ogierów?

MC: Liczebnie na pewno nie chcemy jej rozwijać, bo na rynek w Polsce – 5 ogierów, które obecnie mamy, wystarczy. Oferujemy również ogiery z Danii od Andreea Helgstranda, który posiada obecnie blisko 30 reproduktorów, które jesteśmy w stanie w każdej chwili sprowadzić na preferencyjnych warunkach. Chcielibyśmy, żeby nasza oferta rotowała co jakiś czas, żeby wymienić ogiery i sprrowadzać nowe. Tego oczekują hodowcy - oferta musi być świeża i atrakcyjna. Ogiery reprodukcyjne są gwiazdami i tak też są promowane wśród potencjalnych klientów.

Temat ogierów zdominował rozmowę, odkrył Pan nie tylko potencjał, ale polubił to połączenie biznesu z pasją?

MC: Kocham konie, a jeździectwo jest moją wielką pasją, tym przyjemniejszą, gdy okazuje się, że można do niej nie dokładać, a wręcz zarabiać i inwestować w dalszy rozwój. Daje to wielką satysfakcję i mam nadzieję, że obrana droga okaże się słuszną!



OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH – NOWE PRZEPISY

25 maja 2018 roku wchodzi w życie Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych. Obowiązki wynikające z rozporządzenia, zwanego w skrócie RODO dotyczą każdego przedsiębiorcy czy osoby prowadzącej działalność, kto posiada i przetwarza dane, na przykład klientów czy pracowników. Jak spełnić wymogi RODO?



TEKST: MEC. ŁUKASZ NOWAK,
ADWOKACKA SPÓŁKA PARTNERSKA MALCZEWSKI STOCZCZAK MATYASZCZYK
ODDZIAŁ W POZNANIU, WWW.KANCELARIA-MSM.PL

RODO jest unijnym rozporządzeniem, którego celem jest ujednolicenie zasad ochrony danych osobowych na terytorium całej Unii Europejskiej. Ponieważ rozporządzenia obowiązują bezpośrednio bez konieczności wdrażania ich do prawa krajowego, nowe zasady zmienią naszą rzeczywistość niezależnie od aktywności polskiego ustawodawcy.

Obowiązki przedsiębiorcy w związku z RODO

Wejście w życie RODO nałoży na wszystkich przedsiębiorców nowe obowiązki. W obecnych czasach nie jest możliwe, aby jakkolwiek firma prowadząc działalność gospodarczą nie przetwarzała danych osobowych. Dla przykładu można podać, że każda firma zatrudniająca pracowników przetwarza dane osobowe tych pracowników. Dane osobowe przetwarzają nawet osoby prowadzące indywidualną działalność gospodarczą niezatrudniające pracowników,

a prowadzące na przykład bazy klientów – osób fizycznych, wystawiające faktury VAT dla osób fizycznych czy wysyłające jakiegokolwiek korespondencję do konkretnych osób fizycznych (np. korespondencję reklamową, oferty, kalkulacje).

Możliwe kary za nieprzestrzeganie RODO robią wrażenie, ale pamiętajmy, że podstawowym celem rozporządzenia jest poprawa i ujednolicenie standardów ochrony danych osobowych na terenie całej Unii Europejskiej, a nie nakładanie kar na przedsiębiorców.

To przedsiębiorca najlepiej zna swoją firmę, przetwarzane w niej dane osobowe, sposób przetwarzania tych danych oraz ryzyka z tym związane. Dlatego przyjęto, że to przedsiębiorca ustali metody zabezpieczenia danych osobowych najlepiej dostosowane do specyfiki swojej firmy. Przy takim

podejściu przedsiębiorca ma także możliwość zastosowania takich narzędzi, które jak najmniej będą ingerować i zmieniać dotychczasowy sposób prowadzenia działalności.

Przedsiębiorca jest zobowiązany zapewnić osobom fizycznym możliwość korzystania z wszystkich praw zagwarantowanych w rozporządzeniu RODO.

Tymi prawami są w szczególności:

1. nieprzetwarzanie danych osobowych bez zgody osoby, której te dane dotyczą, chyba że istnieje inna podstawa prawna przetwarzania danych,
2. prawo do informacji o tym, jakie dane osobowe przetwarza dany przedsiębiorca (w jakim celu, zakresie i w jakim okresie przetwarza i będzie przetwarzał dane osobowe),
3. prawo do otrzymania wszystkich danych, które osoba fizyczna przekazała danemu podmiotowi i prawo do żądania przekazania danych osobowych bezpośrednio innemu podmiotowi (żądania, aby przedsiębiorca dysponujący danymi osobowymi konsumenta przekazał je innemu przedsiębiorcy),
4. prawo do bycia zapomnianym, czyli usunięcia danych osobowych posiadanych przez przedsiębiorcę (jeżeli nie są już dalej niezbędne przedsiębiorcy do celu, w jakim zostały powierzone).

Właściwe przygotowanie do RODO może okazać się skomplikowane, ponieważ rozporządzenie nie nakłada obowiązku sporządzenia i wprowadzenia w życie z góry określonych dokumentów i procedur. Rozporządzenie nakłada na przedsiębiorców ogólny obowiązek jak najlepszego zabezpieczenia danych osobowych pozostawiając przedsiębiorcy wybór, jakie środki zastosuje.

Jak się przygotować?

Przygotowując się na wejście w życie RODO każdy przedsiębiorca powinien przeprowadzić „audyt” przetwarzania danych osobowych w swojej firmie, podczas którego ustali:

1. jakie dane osobowe przetwarza i czy wśród przetwarzanych danych są dane uznane za wrażliwe (na przykład dane o stanie zdrowia),
2. kto faktycznie przetwarza te dane w firmie,
3. w jaki sposób przetwarzane są dane osobowe,
4. w jaki sposób dane osobowe są zabezpieczone przed dostępem osób nieuprawnionych,
5. czy dane są przekazywane na zewnątrz.

Na podstawie tak przeprowadzonego audytu przedsiębiorca powinien określić ryzyko związane z przetwarzaniem danych osobowych i zastosować adekwatne środki w celu zabezpieczenia tych danych osobowych.

W najbardziej typowym przypadku, obejmującym zapewne największą liczbę przedsiębiorców, należy

przeprowadzić następujące czynności i przygotować następujące dokumenty:

1. przygotować zasady przetwarzania danych osobowych i zapoznać z nimi swoich pracowników,
2. przygotować odpowiednie formularze zgód do podpisu dla osób przekazujących przedsiębiorcy swoje dane osobowe,
3. przygotować odpowiednie wzory informacji o przetwarzaniu danych osobowych,
4. przygotować umowy o powierzeniu przetwarzania danych, jeżeli przedsiębiorca powierza dane osobowe innym przedsiębiorcom.

Należy też podkreślić, że każdy przedsiębiorca ma obowiązek informować organ ochrony danych osobowych o każdym przypadku naruszenia danych i to w terminie 72 godzin od wystąpienia naruszenia. W związku z powyższym bardzo istotna będzie bieżąca kontrola przetwarzania danych osobowych w firmie oraz ustalenie zasad tej kontroli. Nie wystarczy tylko raz przygotować stosowne dokumenty i procedury, albowiem ochrona danych osobowych jest procesem ciągłym.

Kary za brak dostosowania firmowych procedur do RODO

Najczęściej powtarzaną w mediach informacją w przypadku RODO jest informacja o wysokich karach, jakie grożą za nieprzestrzeganie zasad ustanowionych w rozporządzeniu. Rzeczywiście zgodnie z postanowieniami rozporządzenia sankcją za jego nieprzestrzeganie jest kara w wysokości do 20 milionów euro albo do 4% rocznego obrotu w zależności od tego, która z tych sum jest wyższa.

Podane liczby rzeczywiście robią wrażenie, jednakże należy pamiętać, że podstawowym celem rozporządzenia jest poprawa i ujednolicenie standardów ochrony danych osobowych na terenie całej Unii Europejskiej, a nie nakładanie kar na przedsiębiorców. Ponadto ewentualnie kary będą uzależnione od charakteru naruszenia i jego skutków. Przedstawiciele organów odpowiedzialnych za egzekwowanie nowych przepisów informują, że przynajmniej w początkowym okresie obowiązywania RODO kary powinny być ostatecznym narzędziem wymierzonym przeciwko przedsiębiorcom, którzy całkowicie zignorują nowe zasady ochrony osobowych.

Nie zwalnia to oczywiście przedsiębiorców od jak najszybszego podjęcia działań w celu dostosowania się do nowych przepisów, ponieważ takie dostosowanie wymaga czasu. Przygotowanie całościowego i spójnego systemu ochrony danych osobowych jest procesem czasochłonnym, który wymaga przeprowadzenia dokładnej analizy przedsiębiorstwa pod kątem zabezpieczenia danych osobowych, przygotowania odpowiednich procedur oraz ich wdrożenia, w tym przeszkolenia pracowników z zasad przetwarzania danych osobowych.

SKLEP JEŹDZIECKI CAVALLO W ZIELONEJ GÓRZE

CAVALLO – to firma z przeszło 17-letnim doświadczeniem w branży jeździeckiej, prowadząca sprzedaż akcesoriów do jazdy konnej w sklepie stacjonarnym w Zielonej Górze oraz w sklepie internetowym. Dzięki wieloletniej, bezpośredniej współpracy z producentami oraz dostawcami sprzętu firma oferuje szeroki wachlarz produktów jeździeckich na każdym poziomie zaawansowania. Atutem sklepu jest mieszanka szerokiej fachowej wiedzy oraz empatii względem ludzi, jak i zwierząt. I to ta ostatnia sprawa, że w sklepie Cavallo – nawet będąc laikiem – można poczuć się jak wśród swoich.

Tekst i zdjęcia: Ilona Rosiak-Lukasiewicz

Skąd pomysł na sklep jeździecki, biznes w tej branży? Panie same aktywnie uprawiają jeździectwo i to miłość do koni była pretekstem do założenia tego typu działalności?

Agnieszka Chreptowicz: Szukaliśmy swojej drogi, a motorem do pomysłu była rodzina, która nam w tym pomogła. Tak naprawdę to było początkiem naszej przygody – zarażenie pomysłem. Tak sklep zaczynał powoli działać. Posiadamy konie, jeździmy konno, pasjonujemy się jeździectwem i wszystkim tym, co się wokół tego kręci. Myślę, że prowadzenie tego biznesu bez pasji byłoby trudniejsze. Praca z końmi pozwala nam na wzbogacenie wiedzy, potrzeb i bezpośredniego zetknięcia się z wymaganiami rynku.

Jaka jest historia tego miejsca – Państwa sklepu? Co było dla Państwa priorytetem przy zmianie lokalizacji? Jak to wszystko się rozwijało? Czy obecna lokalizacja jest w pobliżu ośrodków jeździeckich?

AC: Pierwszym naszym sklepem był niewielki lokal w centrum miasta, lecz szybko stwierdziliśmy, że do prowadzenia sklepu jeździeckiego potrzebny jest większy metraż. Chcąc się rozwijać i poszerzać ofertę, musieliśmy zwiększyć powierzchnię sklepu, a co za tym idzie – zmienić lokalizację. Nowy sklep nie był już w ścisłym centrum, ale przy głównej ulicy, miał większy metraż i duże okna wystawowe, minusem był brak parkingu bezpośrednio przy sklepie. Na jakiś czas zapomnieliśmy

o przeprowadzkach. Skupiliśmy się na pracy, poszerzaniu oferty, wprowadzaniu nowych marek, uruchomiliśmy sklep internetowy i tak pracowaliśmy sobie przez kilka lat. Z upływem czasu i rozwojem sklepu temat przeprowadzki powrócił. W lipcu 2015 roku przeprowadziliśmy się do obecnej lokalizacji, która jest oddalona o zaledwie 200 metrów od poprzedniej. Stali klienci daleko nas szukać nie musieli. Zmieniając lokalizację, postawiliśmy sobie cele, które dla nas były najważniejsze, mianowicie odpowiedni metraż sklepu (obecnie prawie 250 m) oraz dobry dojazd i parking dla naszych klientów. Tak naprawdę ta branża nie potrzebuje ulokowania w centrum miasta, może być na uboczu, ale parking i wygodny dojazd to dla klienta to bardzo ważna sprawa.

Jacy klienci trafiają do Państwa sklepu? Profesjonaliści, sportowcy czy może osoby zaczynające swoją przygodę z jeździectwem? Czy da się oszacować procentowo ilu jest zapaleńców, a ilu początkujących?
AC: Mamy naprawdę przeróżnych klientów – od osób zaczynających swoją przygodę z jeździectwem, osoby jeżdżące rekreacyjnie, uprawiających dyscypliny jeździeckie amatorsko, jak również jeźdźców zawodowych. Bardzo często do naszego sklepu wchodzi osoby zupełnie niezwiązane z końmi, które kupują odzież renomowanych producentów z branży jeździeckiej do codziennego noszenia. Znaczna grupa klientów są osoby niejeżdżące konno, ale posiadające konie w przydomowych stajenkach. Jeśli chodzi



W strefie jeźdźca zakupić można odzież do jazdy, odzież startową, buty do jazdy



Zaloga sklepu dba o to, by wymieniać się wiedzą i doświadczeniem ze swoimi klientami

o oszacowanie, która grupa przeważa wśród naszych nabywców, to zdecydowanie są to osoby uprawiające jeździectwo rekreacyjnie oraz jeżdżące sportowo na poziomie amatorskim.

Branża jeździecka jest jedną z niewielu, która nie ma konkurencji w postaci handlu nowoczesnego. W sportowych sklepach sieciowych dział jeździecki zazwyczaj jest zaopatrzone w słaby jakościowo asortyment, jednakże klienci i tak po niego sięgają. Dlaczego? Jak to wygląda na rynku zielonogórskim? Czy jest on bardzo wymagający i konkurencyjny?

AC: Po asortyment dostępny w sklepach sieciowych klienci sięgają z różnych powodów. Jednym wydaje się, że jest taniej, innym odpowiadają godziny otwarcia lub kupują coś przy okazji. Osoby zaczynające przygodę z jeździectwem często nie mają świadomości, że jest w okolicy wyspecjalizowany sklep jeździecki, który oprócz szerokiej gamy produktów oferuje też fachowe doradztwo w wyborze i dopasowaniu sprzętu. W dzisiejszych czasach każdy rynek jest wymagający, zielonogórski również.

Przyjazna atmosfera i dobry kontakt z klientem to niesamowicie ważna kwestia w każdej działalności handlowej. Jak często klienci Was odwiedzają? Tak statystycznie: raz w tygodniu? Raz w miesiącu? Czy jest jakiś produkt, który ostatnimi czasy wprowadził Państwo do swojego asortymentu i okazał się totalnym must have wśród klientów?

AC: To wszystko wynika ze specyfiki branży, tutaj klient nie przychodzi po codzienne zakupy. Klienci w sklepie spędzają sporo czasu na różnego rodzaju pogaduchach, to jest nasze wspólne hobby, więc tematów do rozmowy jest sporo. Często pokazują nam różne zdjęcia ze swoimi końmi, z wypadków w teren, rajdów bądź zawodów. Jeśli chodzi o produkt, który ostatnimi czasy stał się hitem, to ciężko wybrać lidera. Kilka razy w roku producenci

wprowadzają na rynek sezonowe kolekcje i w każdej z nich zawsze trafiają się tzw. perełki, którymi można nacieszyć oko.

Obserwując rynek Państwa branży ma się wrażenie, że brakuje promocyjnego wsparcia od producentów, którzy dostarczają asortyment. Czy rzeczywiście tak jest? Czy może jest inna luka, którą należałoby wypełnić przy pomocy producentów?

AC: Producenci zdecydowanie wspierają nas pod względem promocji. Dostarczają nam ulotki, filmiki promocyjne, przeprowadzają szkolenia. Wszystkie firmy, z którymi współpracujemy, starają się nas wspierać. Sprzęt, produkty pielęgnacyjne – wszystko to jest doskonale opisane. Przedstawiciele handlowi również pojawiają się w naszym sklepie, szkolą nas i podchodzą do tego bardzo rzetelnie.

A jak Państwo radzicie sobie w roli sprzedawcy ze swoimi uprzedzeniami? Coś, co Państwu odpowiada bądź też nie odpowiada, wcale nie musi być dobre dla klienta.

AC: Zawsze staramy się dawać klientom wybór. Pokazując sprzęt, pokazujemy zarówno ten, o który klient pyta, ale również to, do czego prywatnie jesteśmy przekonani. Oczywiście, dajemy klientowi wolność wyboru, jednakże staramy się, by klient kupił to, czego faktycznie potrzebuje.

Dobre rozlokowanie produktów jest jednym z kluczy do sukcesu. Jak jest urządzony Państwa sklep, na jakie działy jest podzielony? Co jest najbardziej eksponowane w Państwa sklepie?

AC: Sklep mamy podzielony na dwie strefy, pierwsza z nich to strefa dla jeźdźcy, w której znajduje się wszystko to co potrzebuje jeździec. Znajdziemy tutaj przede wszystkim odzież, to w czym jeździmy na co dzień, odzież



konkursową, odzież ochronną, buty do jazdy, rękawiczki itp. Druga strefa to strefa dla konia, czyli wszystko, co związane z koniem. Zaczynając od produktów potrzebnych do pielęgnacji koni: szczotki, zgrzebla, grzebienie, idąc dalej – wszystkie elementy rzędu końskiego, kolorowe kolekcje czapraków, derek i ochraniacze, a kończąc na środkach pielęgnacyjnych, suplementach i paszach.

Nawiązując do walorów estetycznych, wydaje się, że są one ważniejsze w przypadku odzieży jeździeckiej niż przy końskich tekstyliach. Czy rzeczywiście tak jest?
AC: Niekoniecznie, dzisiejsze końskie kolekcje są tak śliczne, że aż ciężko się im oprzeć, trzeba się mocno hamować, żeby nie kupić pięćdziesiątej „szmatki” dla konia. Jeźdźcy, wybierając ubiór dla siebie, oprócz walorów estetycznych, zwracają szczególną uwagę na jakość, wygodę oraz funkcjonalność.



Przyjrzyjmy się teraz paszom. Jest to rzecz, po którą klient przychodzi regularnie, jest dla Państwa źródłem zysku. Jednak z drugiej strony wydaje się, że ze względu na gabaryty, termin przydatności do spożycia jest to produkt, którym ciężko się handluje. Czy faktycznie tak jest?

AC: Ważne jest to, by skupić się na konkretnych, bardzo dobrych jakościowo produktach i utrzymywać je w ciągłej sprzedaży. Klienci również przyzwyczajają się do produktu, zwłaszcza wówczas gdy widzą efekty jego stosowania. Wysoka jakość paszy, suplementów oraz środków pielęgnacyjnych jest bardzo ważna, ponieważ każdy właściciel stara się zadbać najlepiej jak może o swojego konia.

Czy w swojej działalności stosują Państwo jakiegóż rodzaju programy lojalnościowe, karty stałego klienta, promocje, konkursy? Coś, co powoduje, że tworzyacie ze swoimi klientami pewnego rodzaju społeczność poprzez stałą relację i kontakt?

AC: Tak, jak najbardziej programy lojalnościowe u nas funkcjonują. Często robimy różnego rodzaju akcje promocyjne. Staramy się odpowiadać na potrzeby naszych klientów, dążymy do tego, aby móc sprostać ich oczekiwaniom. Uzupełniamy i wymieniamy się swoją wiedzą z klientami. Czasami jest też tak, że dany produkt jest nowością na rynku i to klient jako pierwszy przedstawia nam daną rzecz, polecając ją i prosząc o wprowadzenie do stałej oferty. Oczywiście korzystamy z takich rad, często okazuje się, że był to strzał w dziesiątkę.

Co Państwo lubią w tej pracy, a co jest trudne i staje się wyzwaniem?

AC: Najbardziej satysfakcjonujące jest to, że pracujemy z klientem, który podziela naszą pasję, z którym mamy wspólne hobby, fantastyczne jest to, że możemy dzielić się ze sobą swoimi doświadczeniami. Wyzwaniem jest na pewno wprowadzanie nowych kolekcji, które często zamawiamy z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem, za każdym razem pojawia się ta niepewność, czy przypadną do gustu klientom. Asortyment jest tak szeroki, że naprawdę ciężko jest dokonać jednoznacznych wyborów. Mamy bardzo duże zaufanie do producentów, z którymi współpracujemy, ale kierujemy się również potrzebami danego rynku, jak również własnymi preferencjami.



W strefie dla konia znajduje się szeroki wybór elementów rzędu końskiego, pasz czy środków pielęgnacyjnych



GRECKIE UKOJENIE

Naładowanie akumulatorów w tydzień jest możliwe! Idealnie sprawdzi się w tym przypadku wypoczynek na greckiej wyspie Zakynthos.

O popularności tego kierunku świadczy fakt, że w tym roku loty na tę urokliwą grecką wyspę zorganizowało wiele biur podróży.

Tekst i zdjęcia: Anna Skoczek

Zakynthos to kierunek dla ludzi, którzy marzą o wypoczynku. Wyspa jest niewielka, nie ma na niej też zbyt wielu atrakcji turystycznych. Dlaczego? Częściowo jest to spowodowane trzęsieniem ziemi, do którego doszło w sierpniu 1953 roku. Wówczas zniszczonych zostało niemal 90 procent budynków na wyspie. Od tego czasu spora część mieszkańców uciekła z Zakynthos, a ci którzy pozostali odbudowali ją właściwie od podstaw. Mimo tej tragicznej historii Grecy stworzyli tam idealne warunki dla turystów. Na wyspie nie brakuje punktów widokowych, z których rozpościerają się zapierające wdech w pierś, widoki.

Miekkie lądowanie

Spod lotniska w Zante regulaminy i w miarę punktualnie odjeżdżają autobusy komunikacji publicznej. Jadąc do wybranej miejscowości warto też zapytać o cenę dowozu taksówkarza. Ceny nie zwalają z nóg, bo wyspa jest na niewielką, a podróz samochodem na pewno będzie szybsza i bardziej komfortowa. Po dotarciu na miejsce docelowe, warto od razu zarezerwować sobie auto. W sezonie turystycznym ruch w wypożyczalniach jest spory, a po kilku dniach leżenia na plaży warto przejechać się po okolicach i zwiedzić Zakynthos od tej trochę mniej

turystycznej strony. Wynajem małego samochodu to koszt ok. 50 EUR za dobę. Niestety w pełni sezonu negocjacje nie mają szansy powodzenia, ale już w trakcie wakacji we wrześniu można spróbować zejść z ceny. Nie bez znaczenia jest tutaj jednak fakt, że jeśli dobrze zaplanujemy sobie wycieczkę, to wyspę i jej najważniejsze atrakcje można zwiedzić w ciągu jednego dnia.

Ceny na każdą kieszeń

Rozglądając się za noclegiem, nie musimy obawiać się zabolących cen. Nawet w środku sezonu można znaleźć komfortowy dwuosobowy pokój, za który zapłacimy ok. 220 złotych za dobę. Obiady i napoje w tawernach też nie zrujniają budżetu, a śniadania czy kolacje można zorganizować sobie indywidualnie, robiąc zakupy w marketach, czy też kupując lokalne produkty na straganach. Koszt, na który trzeba się przygotować, to opłata za leżaki. W zależności od lokalizacji trzeba za nie zapłacić od 1 do 3 EUR. Na takim wykupionym miejscu nad kryształową wodą i przy piaszczystej plaży można spędzić cały dzień. Sącząc kawę lub zimne napoje w zacienionym miejscu, z doskonałym widokiem wszystkie problemy wydają się mniej ważne. Do tego dochodzą jeszcze przyjemne podmuchy wiatru, który jest nieodłącznym elementem urlopu na każdej wyspie. Woda w Morzu Jońskim okalającym wyspę ma przyjemną temperaturę, a jej kolor jest przejrzyste lazurowy. Czy to nie są idealne warunki do wypoczynku?



Atrakcje i widoki

Nawet najbardziej leniwy turysta w końcu znudzi się błogim wypoczynkiem. Wówczas można skorzystać z wielu dostępnych na wyspie atrakcji. Warto zapłacić ok. 20 EUR za wycieczkę statkiem do Błękitnych Grot. Na północnym wybrzeżu ciągną się Jaskinie wypełnione krystalicznie czystą wodą. Jaskinie zostały wydrążone przez fale, a z większością grot wiążą się legendy. Błękitne Grotty razem z Zatoką Wraku są głównymi atrakcjami wyspy i będąc na Zakynthos, po prostu trzeba je zobaczyć. Wspomniana wcześniej zatoka wraku jest również bardzo interesującym miejscem, chociaż w sezonie trzeba przygotować się na to, że jest obleżona przez turystów. Shipwreck, czy też zatoka przemytników, to atrakcja stosunkowo młoda. Jej historia zaczyna się dopiero w 1982 roku, kiedy to w trakcie ucieczki przed grecką marynarką wojenną, rozbił się tam statek z kontrabandą. Podobno przemycano nim głównie papierosy. Po katastrofie statek przeleżał tam kilka lat, a z przemycanego towaru korzystali w tym czasie mieszkańcy wyspy. Po latach statek zardzewiał i dziś oglądają go turyści z całego świata. Do plaży, na której się znajduje, nie ma dojścia z lądu, więc z bliska można obejrzeć ją jedynie dopływając od strony morza. Zatokę można obejrzeć również z platformy widokowej, która znajduje się na szczycie klifu. To jeden z kilku punktów widokowych rozmieszczonych na wyspie. Warto odwiedzić je wszystkie, chociaż należy liczyć się z tym, że część z nich to tawerny, do których wejdziemy dopiero po rozmowie z obsługą, w której zagwarantujemy złożenie zamówienia.

Żółwie pod obserwacją

Część plaż w południowej części wyspy objęta jest ochroną ze względu na występowanie tam żółwi karett. To jedne największych na świecie żółwi morskich. Długość ich pancerza, wynosi zazwyczaj ok. metra, a waga to ponad 100 kilogramów. I tak Gerakas, Dafni, a także plaże Kalamaki, Laganas, Sekania i całą wyspę Marathonisi (nazywana też wyspą żółwi) to tereny, na które samice żółwi wychodzą po zmroku i składają jaja w wykopanych wcześniej gniazdach. Sezon składania jaj trwa od wczesniej wiosny do końca sierpnia. W tych miejscach należy liczyć się z ograniczeniami. Warta uwagi jest też wycieczka na wyspę żółwi. W ofercie turystycznej są rejsy statkami z przeszklonym dnem i podobno są na świecie turyści, który w trakcie takiego wypadu widzieli żółwia.



Poznań
International
Fair



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

Więcej niż targi

Buduj swój wizerunek, skutecznie docieraj do klientów

www.mtp.pl/pl/marki/wydawnictwa/



kup pokój zaczynij zarabiać!

Sprawdzona inwestycja w nadmorski 5★ condo hotel. Jako Właściciel zarabiasz przez cały rok, niezależnie od obłożenia apartamentu. Zarządca gwarantuje stały comiesięczny czynsz. Poza podatkiem od nieruchomości, Inwestor nie ponosi żadnych dodatkowych kosztów związanych z nieruchomością.