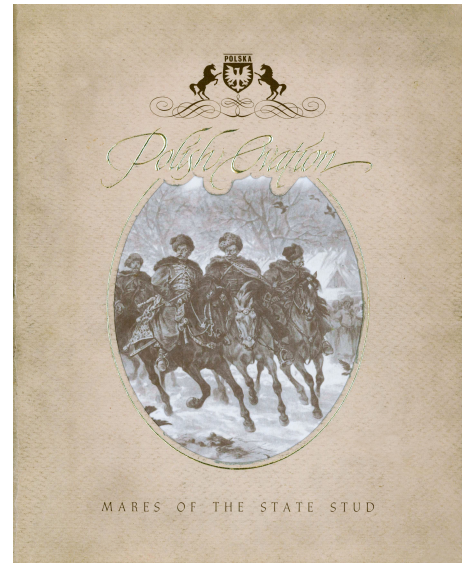


Refleksje po aukcji Polish Ovation

Marek Grzybowski

„*Polish Ovation Sale*” w pewnym stopniu przyniosła szkodę hodowli amerykańskiej — oświadczył w rozmowie ze mną jeden z liderów amerykańskiego przemysłu (bo tak to trzeba nazwać) arabskiego — *od tej aukcji bardzo trudno jest sprzedać konia, który nie ma czysto polskiego rodowodu.*

Osąd ten jest prawdziwy w tym sensie, iż obrazuje on wielkie uzależnienie hodowli amerykańskiej i rynku koni arabskich od aktualnie panującej mody. Cecha ta stoi w sprzeczności z samą istotą pracy hodowlanej, która wymaga ogromnej cierpliwości, umiejętności długofalowego określania celów i wytrwałości w kontynuowaniu obranej linii. Zmienność mody w hodowli amerykańskiej, wywoływana przez hodowców-importerów dysponujących dużym kapitałem powoduje, iż drobniejsi hodowcy niejednokrotnie zmieniają profil hodowlany, aby ciągle dysponować modnym rynkowo koniem. Znany jest przypadek farmy, która zmieniła etykietkę hodowlaną z „Pure Polish” na „Straight Russian”, nie zmieniając czołowego ogiera, co nie było bardzo kłopotliwe, gdyż ogier ten to wyhodowany w Polsce Perkal, syn sprowadzonego do Polski z ZSRR Palasa.



Katalog aukcyjny z 1985 roku, poświęcony wspaniałym polskim klaczom pochodzącym ze stadnin państwowych.

Omawiany przypadek jest jednak dość odosobniony i stwierdzić należy, że większość farm w USA hodujących konie „Pure Polish” nie odstępuje od tego kierunku hodowlanego. Moda na konie „Pure Polish” utrzymuje się niezmiennie, a wynika to z ciągle występującej przewagi jakości koni importowanych z Polski, naszej aktywności reklamowo-promocyjnej, bezpośrednich kontaktów pomiędzy hodowcami Polski i USA, nasilenia prezentacji polskich koni w pokazach międzynarodowych.

Strona polska, przystępując do negocjacji związanych z organizacją aukcji „Polish Ovation”, stawiała przed tą imprezą dwa jednakowo ważne cele:

1. Podtrzymanie mody na konie „Pure Polish”.
2. Uzyskanie wysokich cen poprzez wykorzystanie istniejącej w USA koniunktury.

Obydwa cele zostały w pełni zrealizowane, dlatego też aukcja „Polish Ovation” jest jednoznacznie oceniana jako dobrze zaplanowane i świetnie zrealizowane przedsięwzięcie. Warto przypatrzeć się realizacji celów aukcji „Polish Ovation”, gdyż — moim zdaniem — płyną stąd cenne wskazówki dla wszystkich osób odpowiedzialnych za polską hodowlę i eksport koni arabskich.

Ad. 1. Jednym z zasadniczych instrumentów służących wywołaniu długofalowego ożywienia mody na polskie konie arabskie w USA było zagwarantowanie sobie w kontrakcie aukcyjnym wpływu i współpracy we wszystkich zamierzeniach reklamowych. Nasz amerykański partner, czołowa farma Lasma, przywiązując olbrzymią wagę do reklamy aukcji, wysłała do Polski najlepszych specjalistów: Jerry’ego Sparagowskiego — czołowego fotografika w USA oraz zespół filmowy pod kierunkiem Johna Dusta. Grupie filmowej towarzyszył Ray La Croix — wiceprezydent firmy Lasma, znakomity specjalista od treningu i pokazu koni.

Wspólne dyskusje, wizyty w stadninach, muzeach, bibliotekach i archiwach doprowadziły do powstania doskonałego filmu „The Polish Arabian: Images of the Past, Présent and Future” („Polski koń arabski: wizja przeszłości, terażniejszości i przyszłości”), który przedstawia hodowlę koni w Polsce na tle historii i kultury polskiej. Film trafia w samo sedno, pokazując konia arabskiego jako polskie dobro narodowe, wydobywając podstawowe cnoty polskiej hodowli: wierność tradycji oraz niezniszczalność osiągniętą kosztem wielkiej pracy w latach pokoju oraz odwagi i poświęcenia w czasie wojen. Film zdobył nagrodę „Srebrnego Ekranu” na festiwalu filmów reklamowych w USA. Jest on współwłasnością Polski, a jego charakter pozwala na wieloletnie wykorzystywanie do celów promocyjnych na całym świecie.

Katalog aukcji „Polish Ovation” jest swoistym dziełem sztuki dzięki znakomitym zdjęciom Sparagowskiego, z których dwa najprawdopodobniej wejdą do historii fotografii końskiej: „grupa siwych klaczy michałowskich w stajni” oraz „siwy ogier w janowskiej kuźni” — zdjęcie piękne grą światłocienia i półtonów, przypominające stare płótna mistrzów flamandzkich.

Wystrój aukcji nawiązywał do klasycznej architektury Janowa. Bezpośrednio przed aukcją pokazano wspomniany film, aukcji towarzyszyła muzyka Chopina oraz polska muzyka ludowa.

Przedstawione tutaj przedsięwzięcia reklamowe zrealizowane przy naszej współpracy przez Amerykanów dla Amerykanów bardzo jasno pokazują, czym powinniśmy się kierować, organizując aukcje i prace promocyjno-reklamowe. Aukcje nasze powinny mieć polski wystrój, powinny stworzyć własny charakter, eksponować polską tradycję i historię.

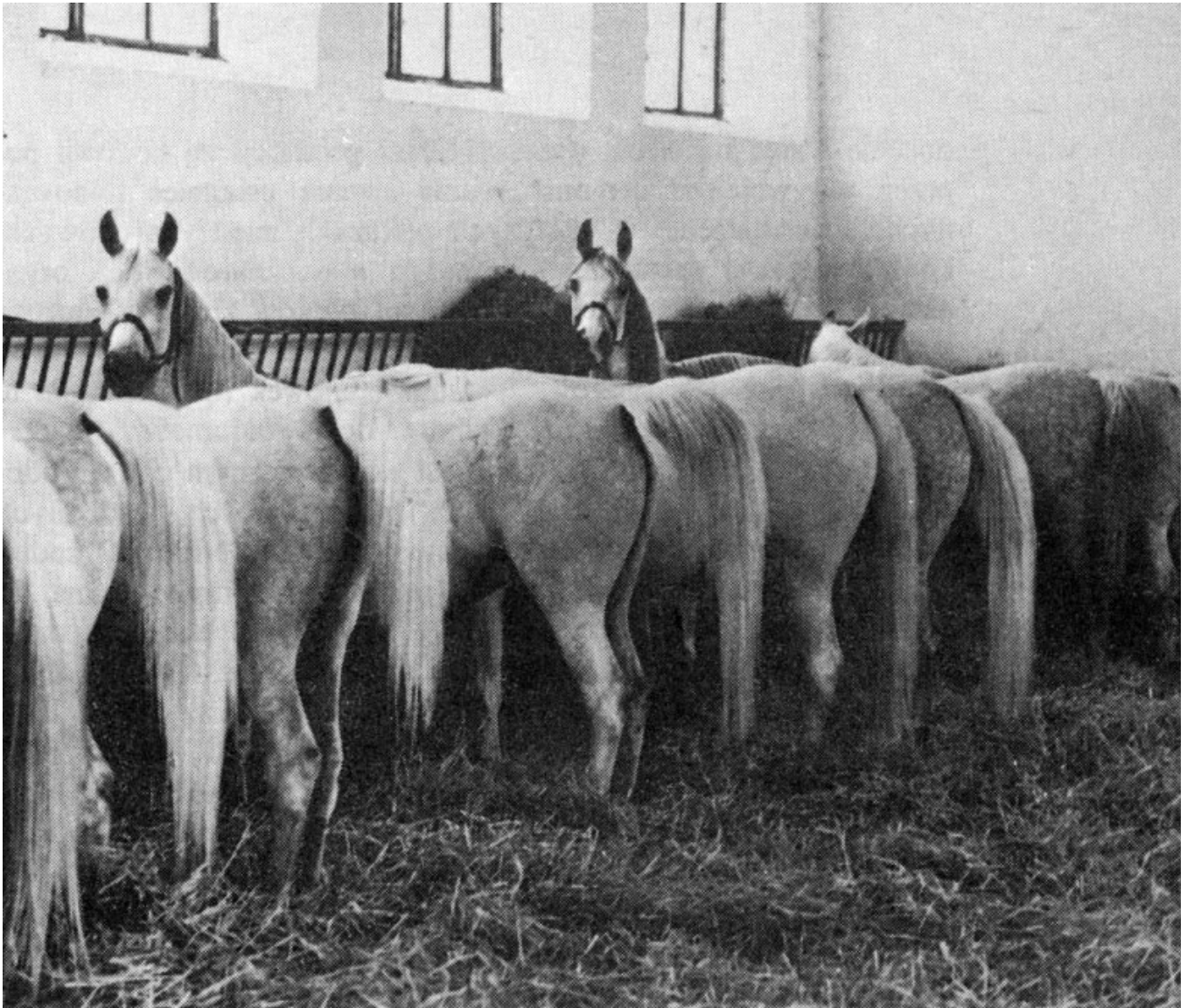
Ad. 2. Osiąganie wysokich cen za konie arabskie w eksporcie jest podstawowym celem rozwiniętej hodowli w Polsce, uzasadnia jej obecną skalę oraz kierunek rozwoju. Pozwolę sobie zatem szerzej potraktować ten punkt na użytek czytelników „Konia Polskiego”, zwłaszcza zaś hodowców, którzy nie zawsze pamiętają o tej podstawowej współzależności.

Na wstępie musimy uświadomić sobie, że wysokie ceny są zarówno środkiem nakręcania koniunktury na konie arabskie w USA, jak też dowodem istnienia tej wysokiej koniunktury. W tym sensie omówiony już punkt 1. (utrzymanie mody na określony typ konia) znajduje potwierdzenie w wysokich cenach uzyskiwanych za ten typ konia, wysokie ceny zaś powodują rozszerzanie się mody poprzez poszerzanie kręgu hodowców czy inwestorów zainteresowanych daną modą.

Na aukcjach amerykańskich istnieje cała gama środków i chwytów zmierzających do zagwarantowania pożądanego wysokiego poziomu cen, który — co ciekawe — leży w interesie zarówno sprzedających, jak i kupujących. Jednak tylko pozornie jest to paradoks, gdyż duża liczba koni arabskich w USA na największych aukcjach obraca się w kręgu tych samych hodowców, którzy raz występują jako sprzedający, innym razem jako nabywcy. Nawet nowi, początkujący hodowcy, tzw. inwestorzy, skłonni są płacić wysokie ceny, gdyż sami mają nadzieję w przyszłości wystąpić w roli sprzedających. Fakt zaś zapłacenia wysokich cen daje im kartę wstępu do elity hodowlanego towarzystwa. Współpraca hodowców we wzajemnym windowaniu cen ma charakter zarówno formalnych przedaukcyjnych umów i uzgodnień, w których wylicytowaniu umówionej ceny towarzyszą niepublikowane świadczenia dodatkowe, jak też zwyczaju, który nakazuje hodowcom bywać na aukcjach innych hodowców i kupować od nich konie w nadziei rewanżu. Sytuacji powyższej wydatnie sprzyja amerykański system podatkowy oraz powszechność transakcji kredytowych. Zakup koni hodowlanych w prawie amerykańskim traktowany jest jako inwestycja, którą inwestor może odpisać od podatku dochodowego naliczonego w innych sferach gospodarowania. Dlatego też hodowlą arabską trudnią się przeważnie ludzie posiadający znaczne źródła dochodów w przemyśle, sztuce czy usługach. Dopuszczalność na aukcji transakcji kredytowych (przy dogodnych odsetkach i niskim poziomie wpłaty gotówkowej: 20—30%) pozwala inwestorowi sfinansować zakup konia z rocznych odpisów podatkowych, czyli niejako nie z własnej kieszeni, lecz z pieniędzy odprowadzanych do skarbu państwa.

Wszystko to sprawia, że najwyższe ceny za konie arabskie na aukcjach wzrosły do rekordowego

poziomu — 2,2 mln dolarów za klacz Bint Bint Moniet w 1985 r. (w 1969 r. rekord wynosił 150 tys. dol. — słynna sprzedaż ogiera Nabór). O ile jednak prawie wszystkie najwyższe ceny są przedmiotem przed aukcyjnych zabiegów, o tyle ceny średnie pokazują rzeczywisty poziom koniunktury. Średnia cena aukcji organizowanych przez Lasnę wzrosła od 29 667 dol. w 1971 r. do 568 684 dol. w 1985 r. („Polish Ovation”).



Zdjęcie „grupa siwych klaczy michałowskich w stajni” z katalogu aukcji „Polish Ovation” wykonane przez J. Sparagowskiego — to swoiste dzieło sztuki

Obecnie dla większości czołowych postaci arabskiego przemysłu w USA stało się jasne, że nie można dalej utrzymać takiego tempa wzrostu, ponadto coraz mniej jest nowych pomysłów pozwalających na utrzymanie cen na obecnym poziomie. Wzrostowi cen nie towarzyszył bowiem równomierny wzrost jakości koni arabskich, a jednocześnie znaczna część popytu kreowana jest sztucznie przez klan czołowych hodowców. Tempo windowania przez nich cen było wyższe niż możliwości pozyskania nowych inwestorów spoza zamkniętego grona, dlatego obawy przed spadkiem cen, a co za tym idzie załamaniem się koniunktury są bardzo uzasadnione.

W tej sytuacji należy przyznać, iż aukcja „Polish Ovation” odbyła się w optymalnym okresie szczytu koniunktury. Świadomość, że aukcja ta ma być instrumentem dla naszych amerykańskich partnerów do utrzymania poziomu cen w USA, pozwoliła polskim negocjatorom uzyskać bardzo korzystne warunki

kontraktowe, a jednocześnie pewność, że uzyskane ceny będą rzeczywiście wysokie. Uzyskanie średniej ceny 568 684 dol. za konia jest nowym rekordem świata. Aukcja „Polish Ovation” spełniła swoje zadanie ratowania koniunktury, inne jednakże aukcje odbywające się w tym samym czasie w Scottsdale z równym nakładem starań i kosztów odnotowały początek spadku średniej ceny.

Należy podkreślić, iż 19 klaczy wysłanych na aukcję do USA było doskonałej jakości, ich sprzedaż jednakże nie poczyniła żadnego wyłomu w poziomie materiału hodowlanego w Polsce, ani też nie pogorszyła jakości koni oferowanych na aukcji „Polish Prestige” w Janowie.

Sukces aukcji „Polish Ovation”, jak to często bywa, rozbudził nastroje przesadnego optymizmu nawet u zagorzałych (byłych) przeciwników tej imprezy i obecnie dość często słyszymy opinie, aby podobną aukcję organizować co roku. Oznaczałoby to natychmiastowe zrezygnowanie z aukcji w Janowie lub też jej stopniowe zamieranie przez pozabawienie jej wszystkich lepszych koni, które byłyby sprzedawane za oceanem. Chociaż przeniesienie sprzedaży koni arabskich za ocean może być kuszące zarówno z punktu widzenia wyższych cen możliwych do uzyskania w Ameryce, jak też pozbycia się kłopotów związanych z organizowaniem aukcji, to jednak decyzja taka — w moim przekonaniu — byłaby wielkim błędem. Wymienię tylko najistotniejsze argumenty:

1. Niepewność koniunktury w USA,
2. Konieczność równoległego rozwijania innych rynków zbytu, zwłaszcza w Europie,
3. Tradycje aukcji w Janowie, jej dotychczasowe osiągnięcia i promocyjny charakter dla polskiej hodowli.

Ad. 1. Niepewność koniunktury na konie arabskie napełnia obawą samych Amerykanów. Nabrzmiwiająca obecnie dyskusja wokół systemu podatkowego pozwala sądzić, że reforma tego systemu zmierzać będzie do zwiększenia dochodów państwa poprzez zlikwidowanie wielu ulg podatkowych, takich jak np. zakup koni arabskich. Mogłoby to doprowadzić do znacznego odpływu pieniędzy z hodowli arabskiej, spadku cen, ograniczenia wielkich aukcji i importu. Organizowanie polskiej aukcji co roku pozbawiłoby tę imprezę jej wyjątkowości i związanej z tym atrakcyjności, doprowadziłoby do całkowitego uzależnienia się od jednego i to niepewnego rynku zbytu, co z punktu widzenia polityki handlowej jest błędem.

Ad. 2. Polska jako lider hodowli arabskiej w świecie powinna obecnie wziąć na siebie większy ciężar promocji tej hodowli poprzez aktywniejsze demonstrowanie swoich osiągnięć hodowlanych, uczestniczenie w większych pokazach międzynarodowych, konferencjach i spotkaniach, pracach międzynarodowych organizacji. Ważnym elementem budowania rynków zbytu w Europie jest współpraca hodowlana ze Szwecją, Francją, RFN, Danią, dzierżawy polskich ogierów, sprzedaż stanówek itp. Działania te mogłyby być skuteczniejsze, gdyby do świadomości hodowców dotarł fakt, że eksport koni jest ekonomicznym celem hodowli, zaś pokazywanie koni oraz prosperujących, zadbanych stadnin jest nieodłącznym elementem handlu. Niestety, żadna z polskich stadnin arabskich nie jest w pełni przygotowana do spełniania tak ważnych funkcji. Co więcej, rozbudowana działalność gospodarcza nie związana z hodowlą koni spycha często sprawy pokazu koni i pielęgnacji obiektów na dalszy plan. Desperackie próby rozwiązania trudnej sytuacji w SK Janów Podlaski idą w niewłaściwym kierunku: zamiast bowiem przywracać stadninie jej charakter czołowego ośrodka hodowli w świecie, ośrodka promieniującego polską kulturą, tradycją i myślą hodowlaną, planuje się aukcję arabską przenieść na teren Państwowych Torów Wyścigów Konnych w Warszawie. Tak więc tor wyścigowy zamiast rozwijać wyścigi — dodatkowo organizować będzie aukcję koni arabskich, zaś stadnina arabska spełniać będzie już bez przeszkód funkcje państwowego gospodarstwa rolnego dodatkowo hodującego konie.

Ad. 3. Aukcja „Polish Prestige” w Janowie Podlaskim jest największą tego typu imprezą w Europie oraz

najstarszą nieprzerwanie organizowaną na świecie. Mimo istniejących w Janowie niewygód, niedostatku urządzeń recepcyjnych i sanitarnych, mimo dalekiej drogi z Warszawy, aukcja arabska traktowana jest z wielką sympatią przez wszystkich gości. Pozwala im zobaczyć janowską stadninę w odświeżonej szacie, przykrywającej jej widoczne braki. Pozwolę sobie przytoczyć zdanie jednego z czołowych organizatorów aukcji w USA, Gene La Croix: *Aukcja Polish Prestige i Polski Pokaz Narodowy są miejscem spotkań miłośników koni arabskich od mieszkańców okolicznych polskich wsi do amerykańskich multimilionerów. Sprzedaż i pokaz prowadzone są gładko, zapewniając momenty radości, rozrywki oraz nostalgii. W otoczeniu tradycji Janowa nie można nie odczuwać dumy, z jaką umundurowani masztalerze prezentują klacze i ogiery z państwowych stadnin, konie, z którymi są zżyci i zaprzyjaźnieni na zawsze.*

Średnia cena uzyskiwana obecnie w Janowie (1984 r. — 87 640 dol.) jest wyższa od średnich wielu aukcji amerykańskich. Jako dowód, że nie wszystkie konie w USA przynoszą setki tysięcy dolarów, podaję wyniki 6 dużych aukcji, które odbyły się w Scottsdale w lutym 1985 r. (w tym samym czasie co „Polish Ovation”).

Baywood Park Sale IV	79 322 dol.
Leo Hansen Sale	85 857 dol.
The Gainey Heritage Sale	37 148 dol.
Clay's Scottsdale Sale	31 133 dol.
Royal Court Dispersal Sale	78 016 dol.
Big Top Sale	6 126 dol.

Błędem byłoby zatem sądzić, że wszystkie konie sprzedawane w Polsce mogłyby osiągnąć ceny na poziomie „Polish Ovation”. Polska, jak każda hodowla na świecie, ma na sprzedaż konie zróżnicowanej jakości. O ile wszędzie dość łatwo sprzedać konie superklasy, o tyle wszyscy mają kłopoty ze sprzedażą koni niższej jakości. Z tej przyczyny nie udawały się aukcje w Szwecji, fiaskiem zakończyły się próby organizowania aukcji w Australii, a na aukcji w Tiersku co roku duży procent koni w ogóle nie znajduje nabywców. W tej sytuacji średnie ceny uzyskiwane w Janowie, jak też fakt sprzedawania wszystkich koni oferowanych na „Polish Prestige Sale” pozwala na bardzo pozytywną handlową ocenę naszej imprezy.

Udana aukcja „Polish Ovation”, zgodnie z przyjętymi założeniami, przysporzyła nowych zwolenników polskiej hodowli, spowodowała wzrost mody na konie importowane z Polski, co powinno zaowocować dalszym wzrostem cen w Janowie. Następną polską aukcją w USA, w zależności od rozwoju sytuacji na tamtejszym rynku, można będzie zorganizować za 3—4 lata, rozwijając w tym czasie aukcję w Janowie, zwiększając jej konkurencyjność przez wprowadzenie np. warunków kredytowych.

Należałoby sobie życzyć, aby Stadnina w Janowie uzyskała w najbliższych latach wszystkie niezbędne urządzenia i warunki potrzebne do spełniania swej promocyjnej funkcji, wielkiemu zaś hodowcy, dyr. Krzyształowiczowi życzyć należy, aby ciężar niezbędnych inwestycji, renowacji oraz organizacji aukcji zdać mógł na barki jakiegoś zdolnego, prężnego zastępcy powołanego wyłącznie do tych zadań.