



LICZY SIĘ WIARYGODNOŚĆ

Martin Kaczmarski, kierowca rajdowy, który w Rajdzie Dakar zajął dziewiąte miejsce, w rozmowie z OOH magazine opowiada o najtrudniejszych momentach tego morderczego wyścigu, o tym czy wystąpiłby w reklamie i jak on sam reaguje na tego typu przekazy marketingowe.

➤ Wysoka pozycja w klasyfikacji generalnej, pełne zachwyty media. Jak sam oceniasz swój debiut w rajdzie Dakar?

Martin Kaczmarski: Bardzo udany. Przed rajdem miejsce w pierwszej dwudziestce brałbym w ciemno, a tu takie zaskoczenie. Do Dakaru przygotowałem się właściwie cały rok i bardzo chciałem zweryfikować swoje miejsce w szeregu, czyli gdzie ja ze swoim niewielkim doświadczeniem, ale za to z wielkim sercem i kawałkiem talentu, plasuję w światowej stawce Cross Country. Tym większą mam satysfakcję, że - jak twierdzą zgodnie wszyscy zawodnicy - była to jedna z najtrudniejszych edycji tego rajdu, już na jej półmetku w stawce zostało mniej uczestników niż w poprzednim roku dojechało w ogóle na metę.

➤ Nie odbyło się bez małej sztuczki. Jaki odcinek był najtrudniejszy?

Rzeczywiście była mała kolizja, niemniej nie było w tym mojej winy. Jeden z zawodników nie zauważył nas na wydmach i lekko pokiereszował bok naszego samochodu. Ale nic poważnego się nie stało. Naprawdę trudnych momentów w rajdzie było kilka. Pierwszy, po czterech dniach, kiedy zmęczony i wyczerpany wysiadłem z samochodu i zdałem sobie sprawę z tego, że to nawet jeszcze nie połowa. Drugi kryzys przyszedł właśnie w połowie, kiedy po dniu

wolnym trudno było się na nowo skoncentrować i wbić w rajdowy rytm. Trzeci moment zdarzył się podczas dziesiątego dnia, kiedy organizatorzy zafundowali nam sześćset kilometrów piekła. Byłem wykończony i wściekły, że ktoś przygotował tak trudny i dziurawy odcinek, na którym nie ma mowy o rywalizacji, a jedynie o rozwaleniu auta i kręgosłupa.

➤ Na jednym z odcinków w Rajdzie Portugalii wyprzedziłeś Krzysztofa Hołowczyca. Jakie to uczucie prześcignąć mistrza?

Do Krzyśka mi jeszcze daleko. Na kilkuset kilometrowych odcinkach potrafi się wydarzyć tak wiele sytuacji, tak wiele rzeczy może Cię opóźnić, że nie wysuwałbym zbyt pochopnych wniosków po jednym rajdzie [śmiech]. Wiem i czuję, że do regularności w pobijaniu czasów Holka to mi jeszcze daleko.

➤ Zwracasz uwagę na reklamy?

Tak. W dzisiejszych czasach świat reklam to zupełnie niezależna machina, która już dawno wyszła poza swoją podstawową funkcję zachęcania do zakupu produktów. Dziś idą za tym wielkie pieniądze, wielkie nazwiska, jak również trendy modowe czy muzyczne. W świecie sportu to też bardzo istotne, z jakim sponsorem na koszulce prezentujesz się na co dzień. Jaka marka jest Twoim partnerem i kto widzi w Tobie potencjał.

➤ Czy billboardy rozpraszają Twoją uwagę jako kierowcy?

Może trudno w to uwierzyć, ale więcej czasu spędzam w samochodzie rajdowym, niż w cywilnym. Dlatego też nie jestem regularnym użytkownikiem dróg publicznych. Niemniej, mocno zaskoczył mnie ostatnio we Wrocławiu gigantyczny billboard reklamujący agencję towarzyską, który przedstawia nagą blondynkę wyraźnie zachęcającą do konsumpcji czegoś więcej niż drinka, który dziewczyna trzyma w dłoni. I może nie byłoby w tym nic aż tak nadzwyczajnego, gdyby nie to, że ten billboard jest zainstalowany przy przejeździe kolejowym. Dla mnie to kompletny brak odpowiedzialności.

➤ Co sądzisz o kampaniach społecznych skierowanych do kierowców?

Jestem za. Wszystko, co może poprawić bezpieczeństwo na drogach, a przede wszystkim sprawić, że ludzie nie będą wsadali za kółko po alkoholu jest jak najbardziej potrzebne. Jeśli choć jedno życie uda się dzięki temu ocalić, to bezdyskusyjnie warto.

➤ Zgodziłbyś się zostać twarzą takiej kampanii?

Myszę, że na pewno.

➤ Jakie produkty chętnie byś reklamował?

W kampanii społecznej wziąłbym udział bez problemu. Z reklamowaniem produktów jest już inaczej. Zawsze oglądając reklamy zastanawiam się, czy dany aktor lub osoba występująca w spocie, kiedykolwiek choćby przetestowała reklamowany przez siebie produkt, nie mówiąc o codziennym używaniu. Gdybym miał coś takiego zrobić, to chciałbym aby był to produkt, pod którego jakością rzeczywiście mógłbym się podpisać. To kwestia wiarygodności, która jest dla mnie niezwykle istotna. Moim zdaniem dla sportowca udział w reklamie jest czymś naturalnym. Dlatego, że cały nasz świat kręci się wokół tematów sponsorskich. Bez partnerów finansowych trudno w ogóle funkcjonować w takiej dyscyplinie jak moja, nie mówiąc już o osiągnięciu sukcesów.

Rozmawiała Katarzyna Lipska

MARTIN KACZMARSKI - xxx