



Концепция 4 + 4

Концепция развития профессионального
мини-футбола / футзала

 Разработчики: РФС и АПМФК «Суперлига»

 Исполком РФС

 Март 2023





Содержание

–

Резюме 3

1

Введение 4-8

1.1. Система развития мини-футбола/
футзала 5

1.2. Первые результаты реформы
мини-футбола/футзала 6

1.3. Остальные профессиональные
соревнования также требуют
реформирования 7

1.4. Лучшая практика
(ключевые выводы) 8

2

Текущая ситуация 9-13

2.1. Общее описание профессионального
мини-футбола/футзала 10

2.2. Проблемы профессионального мини-
футбола, препятствующие его развитию 11-13

3

Предлагаемое решение 14-38

3.1. Соревнования (видение) 14-18

3.1.1. Целевое видение профессионального
мини-футбола/футзала в сезоне 2026/2027 15

3.1.2. Описание целевого видения 16-18

3.2. Соревнования (форматы) 19-26

3.2.1. Суперлига 20-21

3.2.2. Высшая Лига 22

3.2.3. Кубок Лиги 23

3.2.4. Кубок России 24

3.2.5. Международный турнир 25

3.2.6. Суперкубок 26

3.3. Развитие 27-30

3.3.1. Система лицензирования 28

3.3.2. Модель распределения доходов
Суперлиги 29

3.3.3. Система развития футболистов 30

3.4. Маркетинг, коммерция, коммуникации 31-37

3.4.1. Медиа-освещение 32

3.4.2. Имидж системы соревнований
и игроков 33

3.4.3. Коммерция 34

3.4.3. Социальные сети 35

3.4.4. Посещаемость матчей 36

3.4.5. Матч всех звезд 37

3.5. Инфраструктура 38-39

П

Приложения 40-47

П1. Лучшие практики (Португалия) 41

П2. Лучшие практики (Испания) 42

П3. Лучшие практики (Италия) 43

П4. Лучшие практики по маркетингу 44-47



Резюме

- **Профессиональный мини-футбол является ключевым уровнем развития системы мини-футбола**, проблемы организации в котором не позволяют конвертировать успехи сборной в интерес аудитории
- Ключевой проблемой является **постоянное уменьшение количества клубов Суперлиги и Высшей Лиги, а также увеличение разрыва между лигами** (разрыв размером с еще одну лигу)

✓ РФС и АПМФК «Суперлига» проводят матчи Чемпионата с сезона 2022/2023, данное решение уже дало первые результаты (клубы и болельщики высказались об улучшении проведения и освещения соревнования по всем направлениям организации соревнования)

⚠ При этом остальные профессиональные соревнования также требуют реформирования (в своем большинстве участвуют одни и те же клубы, но организаторы и правила проведения - разные)

- **Предлагается внедрить единую систему соревнований**, связанных между собой и играющих свою роль при достижении общих целей развития мини-футбола
- Объединение соревнований в единую систему позволит внедрить **сквозные лицензионные требования и запустить общие проекты развития** (детско-юношеский мини-футбол, инфраструктура, образование тренеров и специалистов)
- Помимо спортивных решений будет внедрен **комплекс маркетинговых мероприятий**, направленный на увеличение популярности мини-футбола / футзала и рост его коммерческой емкости
- **Мировые лидеры** (Португалия, Испания, Италия) **провели аналогичные реформы и за 7-8 лет** вывели мини-футбол в топ самых популярных видов спорта в своих странах
- **Концепция 4+4 предполагает два этапа:** реформирование (~4 года) + реализация эффекта от реформ (~4 года)

1. Введение



1.1. Система развития мини-футбола / футзала

Согласно проекту Программы – развитие мини-футбола / футзала целесообразно осуществлять по уровням (А, В, С, D) и направлениям (1-3)
При этом ключевым уровнем развития является профессиональный, который должен быть представлен системой взаимосвязанных соревнований



1.2. Первые результаты реформы профессионального мини-футбола / футзала

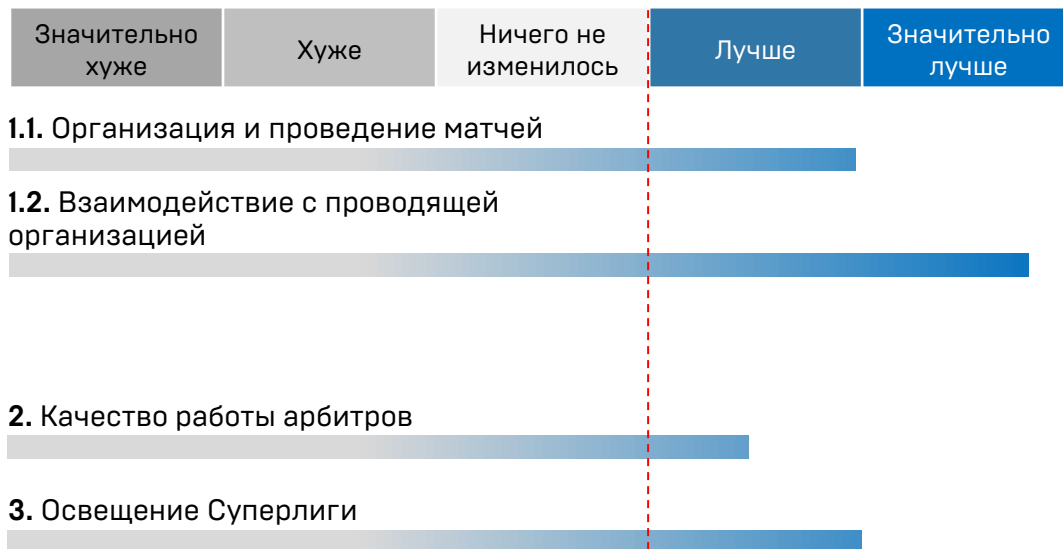
Организация и проведение Чемпионата России по мини-футболу с начала сезона 2022/2023 осуществляется [Департаментом организации и проведения соревнований РФС](#). Для участия клубов в развитии соревнования создана [Ассоциация профессиональных мини-футбольных клубов Суперлиги](#)

Результаты опроса клубов и болельщиков по сравнению Суперлиги сезона 2021/2022 и сезона 2022/2023



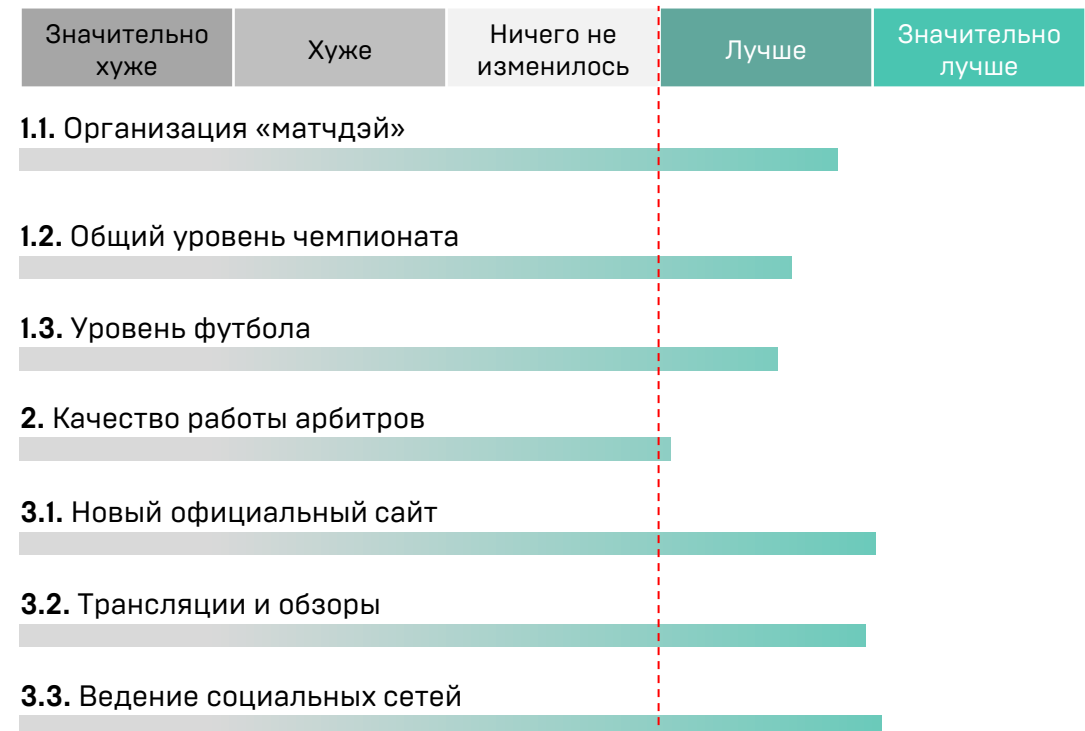
Результаты опроса мини-футбольных клубов

(8 клубов, которые приняли участие в сезоне и 2021/2022 и принимают участие в текущем сезоне)



Результаты болельщиков

(637 респондента онлайн-опроса, проведенного РФС)





1.3. Остальные профессиональные соревнования также требуют реформирования

В настоящее время **ключевые соревнования** не объединены в единую систему, **проводятся разными организаторами по разным правилам**

Объединение всех профессиональных соревнований под эгидой **единого организатора, представляющего профессиональные клубы Суперлиги**, позволит сформировать лидера развития системы мини-футбола / футзала в целом

| Турниры (СЛ - Суперлига) | Организация и проведение | Количество клубов | Количество матчей на клуб | Степень участия клубов СЛ или их дублей | Проблематика |
|-----------------------------|--|--|---|---|---|
| СЛ | РФС | 10 | 36-51 | 100% | <ul style="list-style-type: none"> До сезона 22/23 постоянное снижение количества клубов Отсутствие спортивного принципа при переходе клубов из Высшей Лиги |
| Высшая Лига | АМФР | 23 Запад – 10 Восток – 13* | 18-34 Запад – 18-26 Восток – 24-32 | 35% | <ul style="list-style-type: none"> Постоянное снижение количества клубов Лига не выполняет роль подготовки клубов для Суперлиги – большой разрыв между лигами Отсутствие единых правил проведения [хронометраж матчей: Запад – 2x25, Восток – 2x20] Высшая Лига = турнир дублеров: 9** из 23 клубов представлены дублями клубов Суперлиги, которые лидируют в Высшей лиге по спортивному принципу |
| Суперкубок | АМФР | 2 | 1 | 50%-100% | <ul style="list-style-type: none"> Низкая спортивная и коммерческая ценность турнира |
| Кубок России | РФС (3 этап) АМФР (1 и 2 этапы) | 33 Клубы Суперлиги, Высшей Лиги и Первой Лиги | 2-16 | 29% | <ul style="list-style-type: none"> Роль Кубка России не определена Высокая разница между командами, которая не нивелируется форматом турнира На втором этапе Кубка формируются две группы из 7 команд, 6 из которых проходят в следующую стадию |

1.4. Лучшая практика (ключевые выводы)

Мировые лидеры (Португалия, Испания, Италия) провели аналогичные реформы профессионального мини-футбола / футзала, в результате которых вывели разновидность футбола в топ самых популярных видов спорта в своих странах

| Страна | Россия | Португалия | Испания | Италия |
|-------------------------------------|---|--|---|---|
| Рейтинг сборной | 2 | 1 | 3 | 9 |
| Популярность мини-футбола | Топ-30 | Топ-2 | Топ-10 | Топ-15 |
| Система управления | РФС (Суперлига, 3-й этап Кубка) АМФР (Высшая Лига, 1 и 2-й этап Кубка, Суперкубок) | Национальная ассоциация (все профессиональные лиги и кубки) | Национальная ассоциация (все профессиональные лиги и кубки) | Лига футзала, управляемая клубами, при национальной ассоциации (все профессиональные лиги и кубки) |
| Спортивная составляющая высшей лиги | <ul style="list-style-type: none"> 10 клубов 17% легионеров 9% россиян U21 | <ul style="list-style-type: none"> 12 клубов 31% легионеров 29% португальцев U21 | <ul style="list-style-type: none"> 16 клубов 32% легионеров 24% испанцев U21 | <ul style="list-style-type: none"> 16 клубов 51% легионеров 13% итальянцев U21 |
| Формат и календарь | <ul style="list-style-type: none"> 10 месяцев сезон Около 40 матчей в среднем у клуба за сезон (парные матчи) Наибольшая пауза между турами – более 1 месяца | <ul style="list-style-type: none"> 9 месяцев сезон Около 30 матчей в среднем у клуба Наибольшая пауза между турами – менее 2-х недель | <ul style="list-style-type: none"> 9 месяцев сезон Около 35 матчей в среднем у клуба за сезон Наибольшая пауза между турами – менее 2-х недель | <ul style="list-style-type: none"> 9 месяцев сезон Около 35 матчей в среднем у клуба за сезон Наибольшая пауза между турами – менее 2-х недель |
| Другие клубные соревнования | <ol style="list-style-type: none"> Кубок России Суперкубок России | <ol style="list-style-type: none"> Кубок Португалии Кубок Лиги Суперкубок Португалии | <ol style="list-style-type: none"> Кубок Испании Кубок Лиги Суперкубок Испании | <ol style="list-style-type: none"> Кубок Италии Кубок Лиги Суперкубок Италии |
| Маркетинг и коммерция | Низкий маркетинговый потенциал текущих отдельных соревнований по мини-футболу | <ol style="list-style-type: none"> Единый брендинг всех национальных соревнований Единый титульный спонсор всех профессиональных соревнований Продажа международных ТВ-прав | <ol style="list-style-type: none"> Единый брендинг всех национальных соревнований Разделение выручки от ТВ-прав между клубами | <ol style="list-style-type: none"> Единый брендинг всех национальных соревнований Использование инновационных ИИ-решений в трансляциях игр |

2. Текущая ситуация



2.1. Общее описание профессионального мини-футбола / футзала

Описание

● Суперлига

10 клубов 142 млн руб. средний бюджет

204-220 матчей 4 часовых пояса

● Высшая Лига

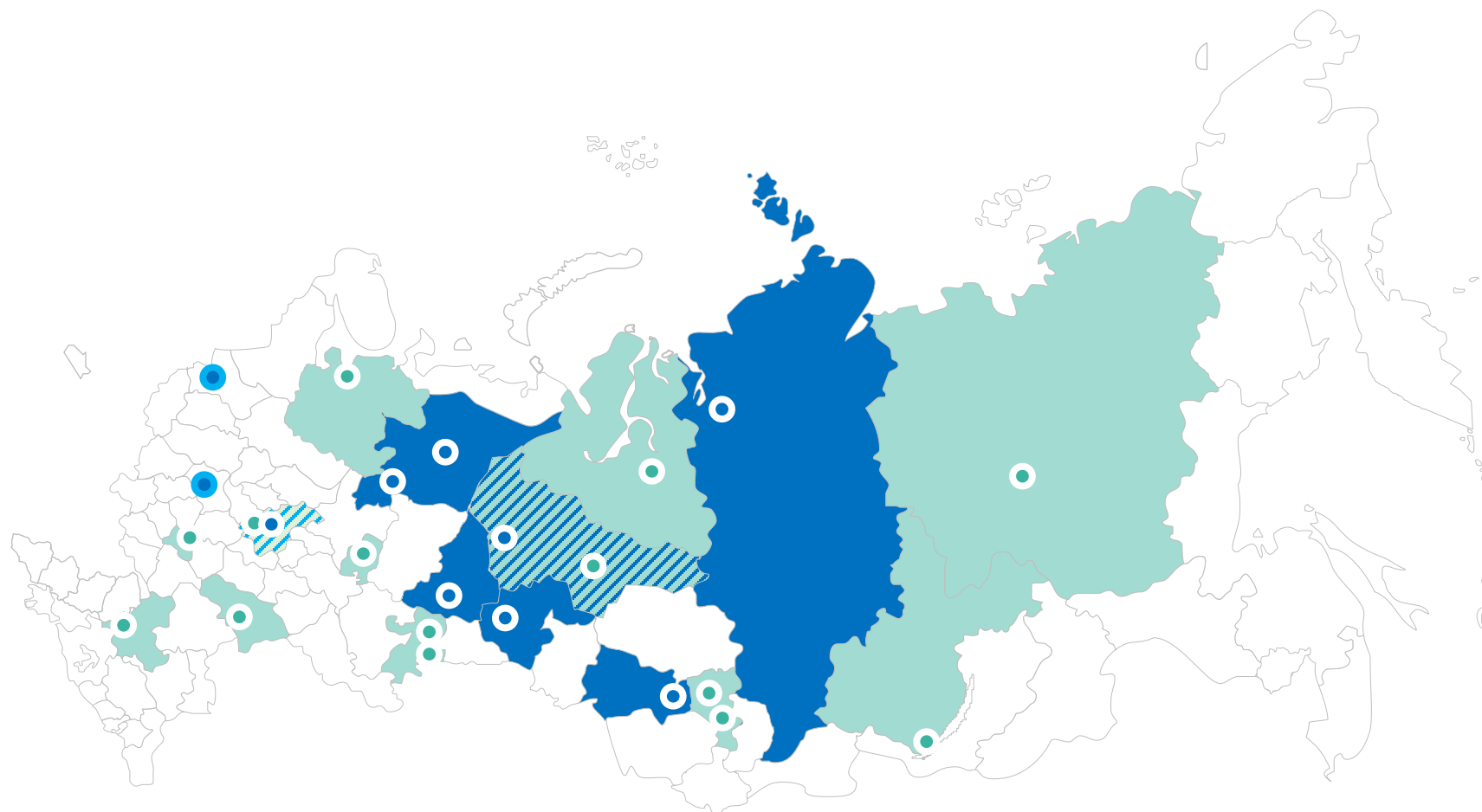
23 клуба ~40 млн руб. средний бюджет

278 матчей 7 часовых поясов



В новейшей российской истории в Высшем дивизионе страны не были представлены клубы Дальнего Востока, а также Калининград

Территориальное расположение мини-футбольных клубов Суперлиги и Высшей Лиги

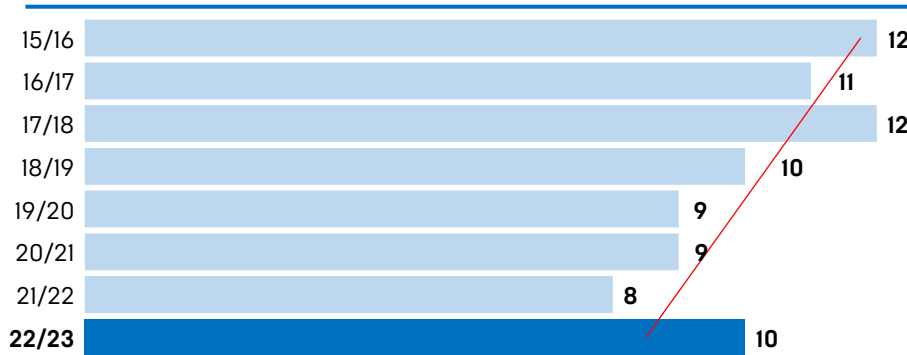




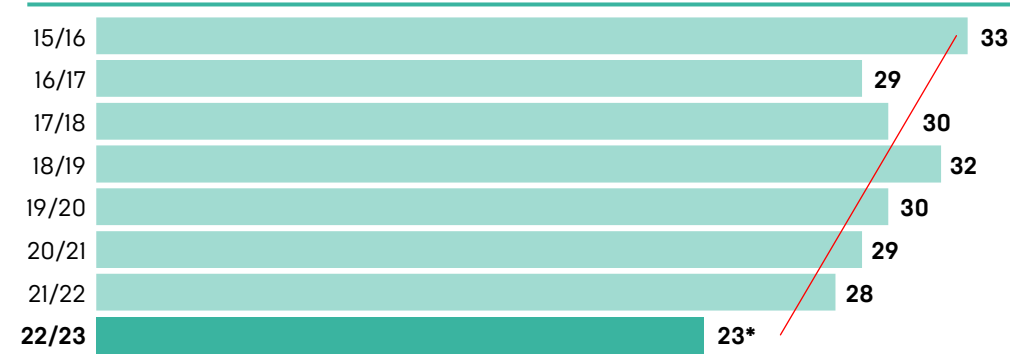
2.2. Проблемы профессионального мини-футбола, препятствующие его развитию (1/3)

Количество профессиональных мини-футбольных клубов Суперлиги и Высшей Лиги снижается

Количество клубов Суперлиги, — линия тренда



Количество клубов Высшей Лиги, — линия тренда



- Суперлига потеряла сильные бренды: МФК «Динамо», ИСК «Дина», МФК «Спартак», МФК ЦСКА и другие
- До текущего сезона в Суперлиге оставалось 9 клубов (в сезоне 2014/2015 их было 14)
- По ходу сезона 2021/2022 МФК «Динамо» Самара снялся. Суперлига была доиграна 8-ью клубами
- В сезоне 2022/2023 Суперлигу дополнили МФК «Кристалл» и МФК «Сибиряк» не по спортивному принципу

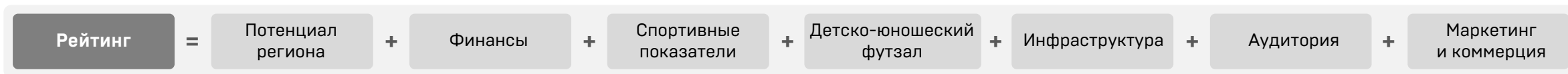
- МФК «АльтПолитех» снялся перед началом соревнований Высшей лиги 2022/2023. В зоне Восток осталось 13 клубов
- За 8 сезонов Высшая Лига потеряла 10 клубов (-30%)
- 9** из 23 клубов Высшей Лиги являются дублями команд Суперлиги и опережают остальные клубы Высшей Лиги по спортивному уровню



2.2. Проблемы профессионального мини-футбола, препятствующие его развитию (2/3)

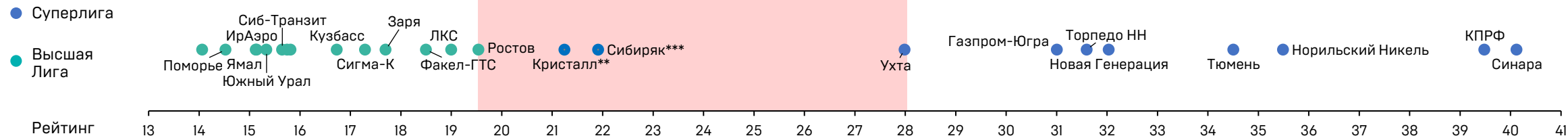
Разрыв в уровне клубов Суперлиги и Высшей Лиги увеличивается и не позволяет формировать конкурентную среду для клубов Суперлиги

- Для идентификации проблематики проведено **рейтингование профессиональных мини-футбольных клубов**
- Выборка: **14 клубов Высшей лиги*** и **10 клубов Суперлиги**
- Рейтинг представляет собой консолидированную оценку по ряду критериев:



Результаты рейтингования профессиональных мини-футбольных клубов

Клубы:



- Разрыв между клубами Суперлиги и Высшей Лиги составляет еще одну лигу и постоянно увеличивается
- Суперлига рискует превратиться в малочисленную закрытую лигу без конкуренции со стороны клубов Высшей Лиги
- Клубам Высшей Лиги требуются единые с Суперлигой подходы к лицензированию и запуск проектов развития

2.2. Проблемы профессионального мини-футбола, препятствующие его развитию (3/3)

Расслоение клубов Суперлиги и Высшей Лиги обусловлено, в первую очередь, размером взносов для участия в соревнованиях Суперлиги

Средние затраты клуба Суперлиги на организацию и проведение домашних матчей составляют 17,1 млн руб. в сезон, при этом отсутствует распределение доходов от спонсоров и партнеров

Затраты клубы Суперлиги на организацию домашних матчей, млн. руб.

| | |
|--|-------------------------------|
| Взнос за участие | 5,0 |
| Взнос за оплату судейства | 3,0 + 1,1 для стадию плей-офф |
| Взнос за легионеров | 1,1 |
| Компенсация судьям оплаты проезда, проживания, питания | 1,6 |
| Аренда зала (в т.ч. для соперника) | 3,2 |
| Оформление зала, баннеры, полиграфия | 0,6 |
| Организация скорой и пожарной служб | 0,5 |
| ЧОП / Контрольно-распорядительная служба | 0,5 |
| Организация трансляций | 1,6 |

Итого **17,1**

- Распределение доходов от спонсоров и партнеров отсутствует
- **Исключительная практика:** штрафы клубов, выносимые КДК РФС на основании протоколов инспекторов АМФР, направлялись в АМФР

Краткосрочный эффект влияния проблематики

Снижение количества клубов до 10 в краткосрочной перспективе приводит к следующим проблемам:

- очень разряженный, неритмичный календарь
- большой межсезонный перерыв
- **формат спаренных матчей:**
 - сложность аренды зала на два дня подряд
 - низкая вариативность времени начала матча
 - низкая маркетинговая ценность второго матча

Долгосрочный эффект влияния проблематики

- ➔ **спортивная стагнация Суперлиги** (низкий уровень конкуренции)
- ➔ **слабый бренд Суперлиги** (мало клубов, уход клубов-брендов)
- ➔ **снижение зрительского интереса** (одни и те же клубы)
- ➔ **низкий коммерческий потенциал**
- ➔ **снижение уровня инвестиций в развитие мини-футбола**

3. Предлагаемое решение

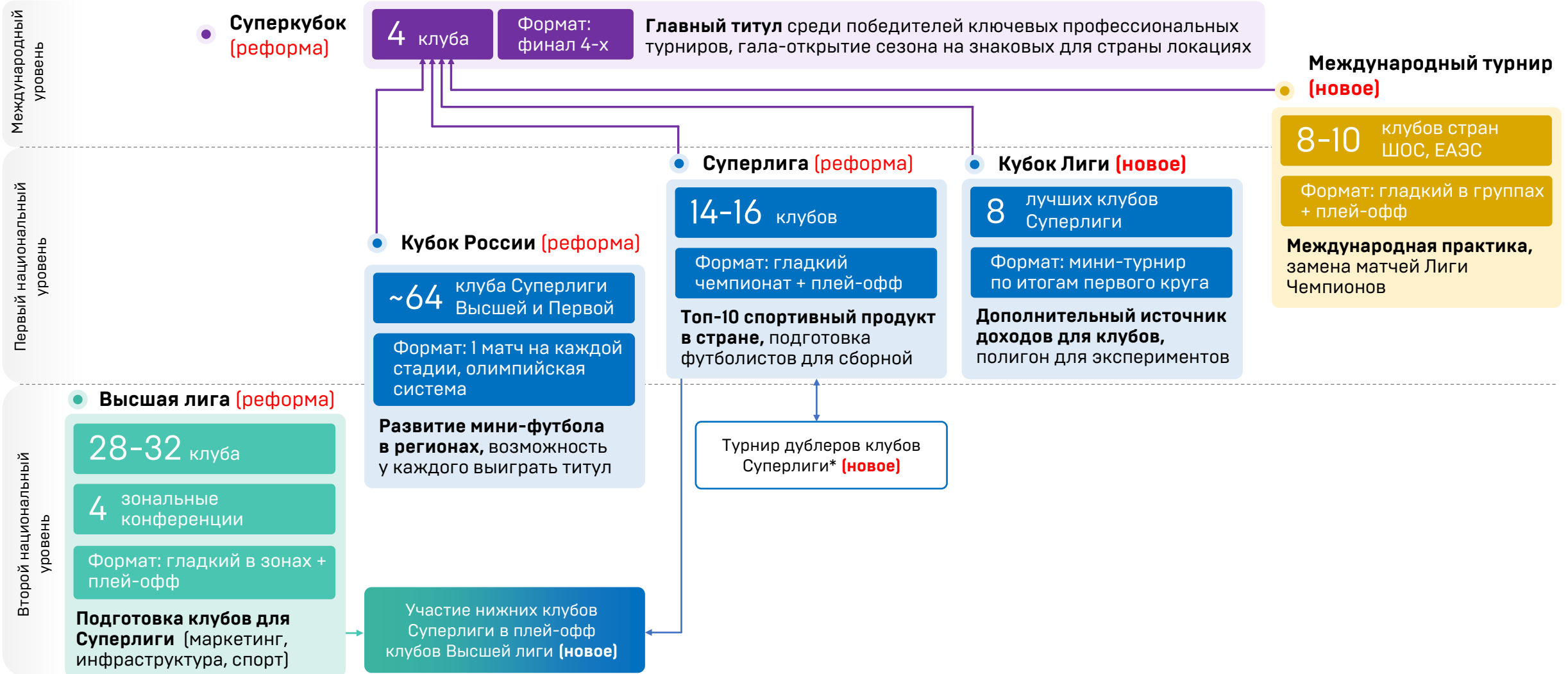
3.1. Соревнования (видение)





3.1.1. Целевое видение профессионального мини-футбола / футзала в сезоне 2026/2027

Все профессиональные соревнования объединены в единую систему и направлены на развитие клубов и повышение коммерческой емкости



3.1.2. Описание целевого видения (1/3)

| Соревнование | Видение | Целевое состояние для обеспечения реализации Видения | | | | |
|--------------------------|--|--|-------------------|--------------------------------|---|--|
| | | Проводящая организация | Количество клубов | Целевой бюджет клуба, млн руб. | Формат | Количество матчей для клубов |
| Суперлига (реформа) | <p>Топ-10 спортивный продукт в стране, площадка для подготовки футболистов сборной, рост коммерческой емкости, поход на матч – праздник</p> <ul style="list-style-type: none"> Развитие маркетинга чемпионата (TV и OTT трансляции, рост спонсорских доходов) Рост количества клубов (до 16 клубов) при сохранении спортивного уровня Создание условий для приглашения сильнейших легионеров мира для роста уровня чемпионата Лучшие академии и лучшая инфраструктура для футзала | АПМФК «Суперлига» | 14-16 | ~200 | <p>При наличии 14-16 команд:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 2 круга «каждый с каждым» 2 этап: плей-офф, до 2х побед на каждой стадии (кроме финала) <p>Переходный формат (до наличия 14-16 команд):</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 4 круга «каждый с каждым», 2 матча дом, 2 в гостях 2 этап: плей-офф, до 3х побед на каждой стадии | <p>Вариант 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 26-30 матчей 2 этап: 2-11 матчей <p>Вариант 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 36-48 матча 2 этап: 3-15 матчей |
| Высшая Лига (реформа) | <p>Площадка для подготовки клубов к Суперлиге и развитие мини-футбола в городах (Сибирь, север страны, небольшие города)</p> <ul style="list-style-type: none"> Постепенное развитие инфраструктуры и академий клубов Включение в единую систему лицензирования Развитие маркетинга через обучение, внедрение регламентов и инструкций Формирование региональных сообществ вокруг клуба Показ матчей на региональном ТВ | АПМФК «Суперлига» | 28-32 | ~60 | <p>При наличии 12-18 команд в каждой конференции (Запад и Восток):</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 2 круга «каждый с каждым» в каждой конференции 2 этап: плей-офф, до 2х побед на каждой стадии (кроме финала) <p>При наличии 8-12 команд в каждой конференции (Северо-Запад, Центр, Урал, Дальний Восток):</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 4 круга «каждый с каждым» в каждом дивизионе 2 этап: плей-офф, до 2х побед на каждой стадии (кроме финала) | <p>Вариант 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 22-34 матчей 2 этап: 2-14 матчей <p>Вариант 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 28-44 матча 2 этап: 2-14 матчей |



3.1.2. Описание целевого видения (2/3)

| Соревнование | Видение | Целевое состояние для обеспечения реализации Видения | | | | |
|-------------------------------|---|--|--|--------------------------------|---|--|
| | | Проводящая организация | Количество клубов | Целевой бюджет клуба, млн руб. | Формат | Количество матчей для клубов |
| Кубок Лиги (новое) | <p>Дополнительный источник доходов для клубов, полигон для спортивных и маркетинговых экспериментов</p> <ul style="list-style-type: none"> Гибкость спортивного формата проведения соревнований Внедрение маркетинговых новинок Возможность интеграции с Матчем всех звезд | АПМФК «Суперлига» | 8 лучших клубов Суперлиги | - | <p>Мини-турнир по итогам первого круга Суперлиги:</p> <ul style="list-style-type: none"> плей-офф из 1 матча на каждой стадии (1/4 финалы, полуфиналы, финал и матч за 3-е место) | <ul style="list-style-type: none"> 1-3 матча |
| Кубок России (реформа) | <p>Развитие мини-футбола в регионах, возможность у каждого выиграть титул</p> <ul style="list-style-type: none"> Возможность приезда сильнейших клубов в города клубов Высшей/Первой лиги Значительные призовые для клубов Высшей/Первой лиги Развитие маркетинга и ТВ трансляций Финала 4-х Кубка России Проведение фестиваля, праздника футбола в городе на время проведения Финала 4-х Кубка России | РФС / АПМФК «Суперлига» | ~64 Клубы Суперлиги, Высшей и Первой лиг | - | <p>Вариант 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> плей-офф из 1 матча на каждой стадии <p>Вариант 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: дивизионы Высшей Лиги делятся на несколько групп и играют внутри группы 2 круга, 1-е и 2-е места групп выходят в этап 2 2 этап команды, прошедшие 1й этап играют по 1 матчу на своём поле с клубами Суперлиги за выход в 3й этап (не участвуют обладатель кубка и финалист кубка) 3 этап: прошедшие клубы играют классический плей-офф в 1 матч на каждой стадии | <p>Вариант 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-6 матчей <p>Вариант 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-11 матчей |



3.1.2. Описание целевого видения (3/3)

| Соревнование | Видение | Целевое состояние для обеспечения реализации Видения | | | | |
|------------------------------|--|--|--|--------------------------------|--|--|
| | | Проводящая организация | Количество клубов | Целевой бюджет клуба, млн руб. | Формат | Количество матчей для клубов |
| Международный турнир (новое) | <p>Обеспечение международной качественной практиков для лидеров российского мини-футбола / футзала, замена матчей Лиги Чемпионов</p> <ul style="list-style-type: none"> Игры в слоты Лиги Чемпионов (при согласовании с УЕФА) Международное спонсорство Создание возможностей для матчей «россияне» против «иностранцев» | РФС / АПМФК «Суперлига» | 8-10 клубов ШОС, ЕАЭС (или других стран) | ~300 | <p>Мини-турнир по итогам первого круга Суперлиги:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 этап: 2 группы по 4 команды играют 2 круга (дома и в гостях), лучшие 2 команды каждой группы выходят в финал четырех 2 этап: финал четырех (полуфиналы, финал и матч за 3-е место) | <ul style="list-style-type: none"> 6-8 матчей |
| Суперкубок (реформа) | <p>Главный титул среди победителей ключевых профессиональных турниров</p> <ul style="list-style-type: none"> Гала-открытие сезона Знаковые для страны локациях (необязательно мини-футбольные) Вручение призов за прошлый сезон (лучший игрок, лучший тренер, лучший маркетинг и т.д.) Витрина для привлечения болельщиков к новому сезону чемпионата Развитие уровня маркетинга и качества ТВ трансляции до уровня матчей открытия КХЛ, Единой Лиги ВТБ | РФС / АПМФК «Суперлига» | 4 | - | <p>Финал четырех:</p> <ul style="list-style-type: none"> полуфиналы, матч за 3-е место и 1 финальный матч | <ul style="list-style-type: none"> 2 матча |

3. Предлагаемое решение

3.2. Соревнования (форматы)





3.2.1. Суперлига (1/2)

- Суперлига
- Высшая Лига
- Кубок Лиги
- Кубок России
- Международный турнир
- Суперкубок

- 14-16 клубов**
- Синара
 - КПРФ
 - Газпром - Югра
 - Норильский Никель
 - Ухта
 - Новая генерация
 - Тюмень
 - Торпедо НН
 - Кристалл
 - Сибиряк
 - Новый участник (Клуб ВЛ)
 - Новый участник (Клуб ВЛ)
 - Новый участник (Клуб ВЛ)
 - Новый участник (Клуб ВЛ)
 - Новый участник (Клуб ВЛ)
 - Новый участник (путь возрождения)
 - Новый участник (путь возрождения)

Количество матчей*

255-263 всего
30-41 матч на клуб

Сроки проведения

сентябрь-май

Проводящая организация

АПМФК «Суперлига»



3.2.1. Суперлига (2/2). Видение к сезону 2025/2026

Суперлига

Высшая Лига

Кубок Лиги

Кубок России

Международный турнир

Суперкубок

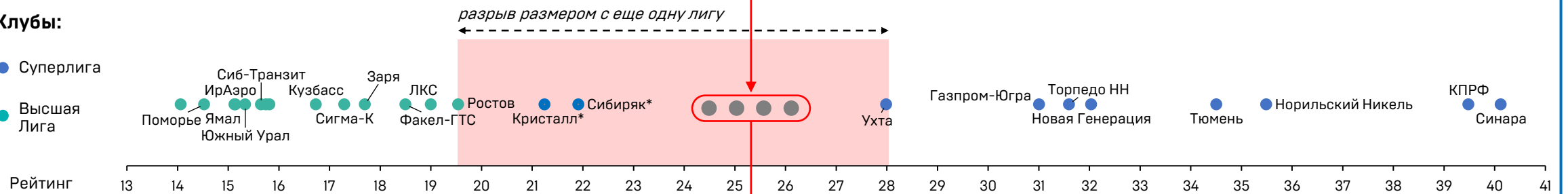
Рост количества клубов Суперлиги (дополнительно 4-6 клубов)

- «Заполнение» разрыва между клубами Высшей Лиги и Суперлиги

Клубы:

● Суперлига

● Высшая Лига



- Пути роста количества Суперлиги

1. Классический путь

Выход клубов в Суперлигу по спортивному принципу

2. Путь возрождения

Примеры клубов:

- МФК ЦСКА (Москва)
- ИСК «Дина» (Москва)
- МФК «Спартак» (Москва)

3. Путь приглашения

Клубы Высшей лиги, соответствующие лицензионным критериям:

- Инфраструктура
- Детско-юношеский футзал
- Маркетинг и коммерция



3.2.2. Высшая Лига

Суперлига

Высшая Лига

Кубок Лиги

Кубок России

Международный турнир

Суперкубок

28-32 клуба

Вариант 1

2 региональные конференции

Запад

Восток

12-14 клубов

16-18 клубов

Вариант 2 (альтернативный)

4 региональные конференции

Северо-Запад

Центр

8-10 клубов

8-10 клубов

Урал

Дальний
Восток

8-10 клубов

4-6 клубов

Количество матчей*

506-516 всего
26-39 матч на клуб

Сроки проведения

сентябрь-май

Проводящая организация

АПМФК «Суперлига»

Формат

Этап 1 (регулярный чемпионат)

Конференция «Восток»

2 круга по системе «каждый с каждым»
Лучшие 4 клуба выйдут в плей-офф

Конференция «Запад»

2 круга по системе «каждый с каждым»
Лучшие 4 клуба выйдут в плей-офф

Этап 2 (плей-офф)

¼ финала
(до 2х побед)

1/2 финала
(до 2х побед)

финал
(до 3х побед)

1 восток

4 запад

3 восток

2 запад

2 восток

3 запад

4 восток

1 запад



3.2.3. Кубок Лиги

Суперлига

Высшая Лига

Кубок Лиги

Кубок России

Международный турнир

Суперкубок

8 клубов



8

лучших клубов
Суперлиги по итогам
первого круга

- стимулирование клубов Суперлиги к конкуренции с самого начала сезона (отсутствие времени на «раскачку»)
- более привлекательный для спонсоров и партнеров коммерческий продукт
- лучший спортивный и маркетинговый продукт для болельщиков
- краткосрочный турнир по время паузы крупных спортивных событий (межсезонный перерыв в футболе 11x11)

Количество матчей

8 всего
1-3 матча на клуб

Сроки проведения

январь

Проводящая организация

АПМФК «Суперлига»

Формат





3.2.4. Кубок России

Суперлига

Высшая Лига

Кубок Лиги

Кубок России

Международный турнир

Суперкубок

64 клуба



16 клубов
Суперлиги

+



32 клуба
Высшей Лиги

+

до 16 клубов
Первой Лиги

Количество матчей*

63 всего
1-6 матчей на клуб

Сроки проведения

август-апрель

Проводящая организация

РФС / АПМФК «Суперлига»

Формат

Вариант 1: Плей-офф до 1 победы на каждом этапе. Турнир начинается со стадии 1/32 финала

Вариант 2:

Этап 1

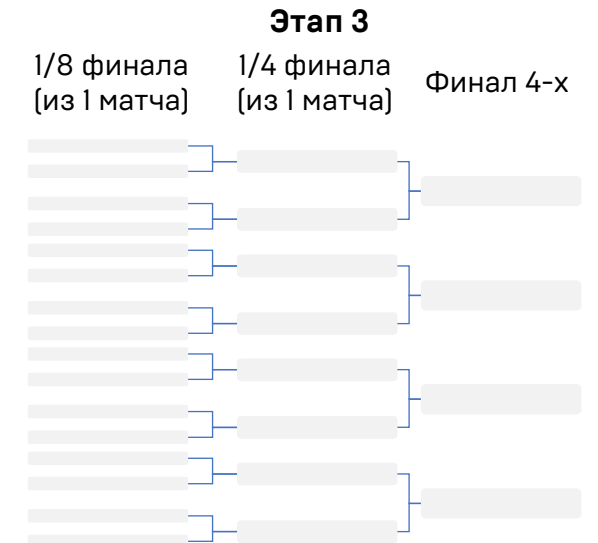
Клубы Высшей и Первой Лиги делятся на группы и играют внутри круговой турнир

14 клубов выходят в 2-й этап

Этап 2

Команды, прошедшие 1й этап, играют по 1 матчу на своём поле с клубами Суперлиги

16 клубов выходят в 3-й этап



3.2.5. Международный турнир

Суперлига

Высшая Лига

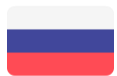
Кубок Лиги

Кубок России

Международный турнир

Суперкубок

8 клубов



4 лучших клуба Суперлиги*



1 Чемпион Казахстана



1 Чемпион Беларуси



1 Чемпион Ирана



1 Чемпион Армении или Азербайджана или Узбекистана или Таджикистана

Количество матчей

28 всего
6-8 матчей на клуб

Сроки проведения

ноябрь-май

Проводящая организация

РФС / АПМФК «Суперлига»

Формат

Этап 1 (групповой этап)

2 группы по 4 команды играют 2 круга (дома и в гостях)

Группа 1

Клуб 1
Клуб 2
Клуб 3
Клуб 4

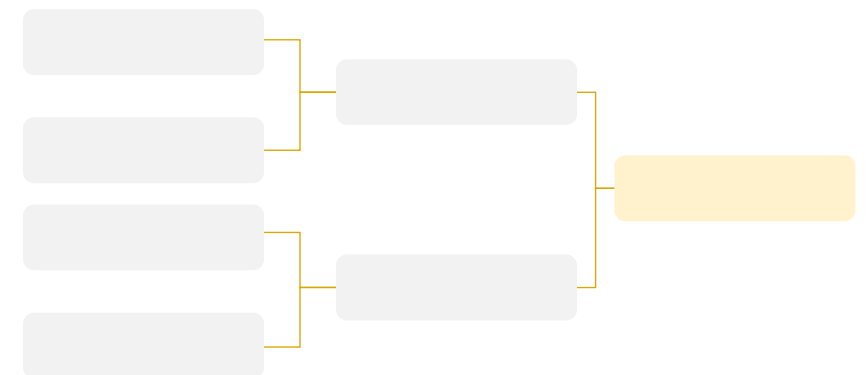
Группа 2

Клуб 5
Клуб 6
Клуб 7
Клуб 8

Этап 2 (финал 4-х)

1/2 финала
(1 матч)

Финал и матч за 3-е место
(1 матч)





3.2.6. Суперкубок

Суперлига

Высшая Лига

Кубок Лиги

Кубок России

Международный турнир

Суперкубок

4 клуба



Чемпион
Суперлиги

+



Обладатель
Кубка Лиги

+



Обладатель
Кубка России

+



Победитель
Международного турнира

Количество матчей

4 всего
2 матча на клуб

Сроки проведения

сентябрь

Проводящая организация

РФС / АПМФК «Суперлига»

Формат

Финал 4-х:

1/2 финала
(1 матч)

Финал и матч за 3-е место
(1 матч)

Чемпион Суперлиги

Обладатель Кубка
России

Победитель
Международного турнира

Обладатель Кубка
Лиги

3. Предлагаемое решение

3.3. Развитие





3.3.1. Система лицензирования

Для стимулирования клубов Суперлиги и Высшей Лиги к развитию по важным для всей системы мини-футбола направлениям предлагается внедрить сквозные лицензионные требования

Ключевые принципы системы лицензирования:

- Клубы Суперлиги и Высшей Лиги в единой системе лицензирования (у клубов СЛ и ВЛ одинаковые критерии)
- Ступенчатая система, подготавливающая клубы Высшей Лиги к участию в Суперлиге (у клубов СЛ и ВЛ разные показатели)
- 2-сезонный мораторий для клуба Высшей Лиги, вышедшего в Суперлигу, на соответствие лицензионным требованиям СЛ
- Внедрение маркетинговых и медийных критериев в систему лицензирования
- Внедрение системы сертификации арен мини-футбольных клубов

Примеры сквозных лицензионных требований **(проект, требуется детальная проработка)**

| Целевые лицензионные требования | | Суперлига | Высшая Лига |
|---------------------------------|--|-----------------------------|--------------------------|
| Блок | Критерий | | |
| 1. Инфраструктура | 1.1 Минимальная вместимость арены (проведение не менее 50% матчей на домашней арене) | 600 чел. | 400 чел. |
| 2. Финансы | 2.1 Минимальный бюджет клуба | 80 млн руб. | 20 млн руб. |
| | 2.2. % бюджет клуба, направляемый на развитие ДЮФ | 5% | - |
| 3. Посещаемость | 3.1 Минимальная заполняемость арены / посещаемость | 50% | 20% |
| 4. ДЮФ | 4.1 Наличие СШ в структуре, который регулярно участвует в турнирах под эгидой РФС | Турнир дублей, ЮМФЛ* | ЮМФЛ* |
| 5. Коммерция/маркетинг | 5.1 Проведение Match-day активностей и промо-мероприятий на домашних матчах | все домашние матчи | выборочно |
| 6. Коммуникации | 6.1 Ведение официальных страниц клуба в социальных сетях | VK и Telegram | VK и/или Telegram |
| | 6.2 Минимальное количество подписчиков в социальных сетях клуба | 20 000 | 5 000 |

3.3.2. Модель распределения доходов Суперлиги

Предлагается внедрить модель распределения доходов Суперлиги, которая будет направлена на **поддержание спортивного интереса двух этапов Суперлиги** (регулярный чемпионат и плей-офф), **стимулировать клубы к коммерческому росту**, а также позволит **сформировать фонд развития**

Предлагаемое распределение от реализации медийных и коммерческих прав Суперлиги* **(проект, требуется детальная проработка)**

| 30% | 10% + 20% | 20% | 10% | 10% |
|---|--|---|--|---|
| 16 клубов Суперлиги | 16 клубов Суперлиги | 16 клубов Суперлиги | Фонд развития клубов Лиги | Фонд развития Лиги |
| Равное распределение среди клубов Суперлиги | Распределение 15% среди клубов Суперлиги в зависимости от занятого места в регулярном чемпионате и 25% - по результатам плей-офф | Распределение среди клубов Суперлиги в зависимости от комплексного рейтинга развития | Целевое финансирование клубов на реализацию проектов развития (инфраструктура, ИТ и др.) | Целевое финансирование проектов развития Лиги |

Комплексный рейтинг развития – параметры рейтинга и их вес будут изменяться в зависимости от текущих целей Лиги:

| Подход по формированию комплексного рейтинга развития | Параметры рейтинга (проект) | | Вес параметра (проект) |
|---|--|--|------------------------|
| | 1. Использование молодых российских футболистов до 23 лет | | 30% |
| | 2. Посещаемость и заполняемость стадионов | | 20% |
| | 3. Маркетинг и коммерция | | 20% |
| | 4. Медийный индекс клуба (ТВ-рейтинг матчей, охват/вовлеченность в соцсетях) | | 30% |

3.3.3. Система развития футболистов

В качестве системы инструментов, направленных на стимулирование развития футболистов, предлагается использовать **комплекс решений, разработанный РФС и внедренный для регулирования использования футболистов для РПЛ**

- Ключевые задачи системы: развитие детских академий, стимулирование использования молодых российских футболистов, привлечение сильных иностранных футболистов
- Система представляет собой комплекс решений, направленных на стимулирование развития футболиста на всем пути его становления от школы до профессионального мини-футбольного клуба
- **Финальный перечень конкретных критериев и показателей будет разработан РФС, АПМФК «Суперлига» и клубами в рамках отдельного проекта**

Система развития футболистов **(проект, требуется детальная проработка)**



3. Предлагаемое решение

3.4. Маркетинг, коммерция, коммуникации



3.4.1. Медиа-освещение

Рост присутствия на федеральном ТВ и Интернет-платформах, а также расширение форматов и качества трансляций – ключевая задача популяризации просмотра Суперлиги

До сезона 2022/2023

- Показ на ТВ по остаточному принципу (10 матчей за сезон на телеканалах холдинга Матч)
- Выборочный показ матчей на местном ТВ
- Отсутствие аналитического и развлекательного контента

Сделано в сезоне 2022/2023

- Рост количества трансляций на федеральном ТВ (20 матчей за сезон на федеральном телеканале Матч ТВ)
- Широкая представленность в digital (прямые трансляции всех матчей на сайтах Матч ТВ и Sportbox, на канале Суперлиги)
- Широкие возможности для показа матчей на местном ТВ

Ключевые показатели эффективности и дальнейшие инициативы

1,4
млн человек

Средний охват прямых трансляций матчей Суперлиги на федеральных каналах (M18+)



Производство дополнительного контента (обзор тура, передача о судействе, новый формат пресс-конференций)

30 000
просмотров

Средний охват трансляций матчей Суперлиги на Интернет-платформах



Рост качества трансляций (освещение, увеличение количества камер, доступ оператора на площадку)

Лучшая практика

Чемпионат Бразилии



Полное погружение телевидения жизнь команд во время матчей

- Интервью с игроками из раздевалки
- Видео с предматчевой разминки
- Съемка лучших моментов матча с первого ряда трибун

3.4.2. Имидж системы соревнований и игроков

Развитие имиджа всей системы соревнований и игроков клуба – инвестиции, которые вернутся ростом популярности и коммерческой емкости мини-футбола

⚠ До сезона 2022/2023

- Старая айдентика Суперлиги
- Коммерческий инвентарь во владении АМФР за счет средств клубов
- Отсутствие рекомендаций для клубов по организации трансляций игр
- Морально устаревший сайт АМФР
- Низкая узнаваемость игроков Суперлиги

✅ Сделано в сезоне 2022/2023

- Разработана и утверждена единая графика для трансляций
- Коммерческий инвентарь поделен поровну между клубами Суперлиги и РФС
- Запущен собственный сайт Суперлиги (согласно опросу болельщиков новый сайт «Значительно лучше» сайта, использовавшегося для соревнований Суперлиги в сезоне 21/22)

▶ Ключевые показатели эффективности и дальнейшие инициативы



Разработка единой платформы брендов для всей системы соревнований



Разработка методик для клубов по продвижению брендов игроков



Развитие личных брендов игроков Суперлиги (популярные игроки – популярная лига)



Установка LED-бортов (не только рекламный носитель, но и значимый элемент имиджа)

Лучшая практика

🇵🇹 Португалия



Единый зонтичный брендинг для всех соревнований по мини-футболу

- Все 3 профессиональных дивизиона
- Кубок Португалии
- Кубок Лиги
- Суперкубок Португалии

3.4.3 Коммерция

Реализация коммерческого потенциала Суперлиги приведет к росту спонсорских доходов Лиги и клубов, которые могут быть инвестированы в развитие мини-футбола в целом

До сезона 2022/2023

- Сумма спонсорского пакета от букмекера – 35 млн рублей (сезон 2021/2022)
- **Отсутствует распределение доходов от спонсоров и партнеров среди клубов Суперлиги**

Планируемые инициативы

- **Консолидированная продажа всего коммерческого инвентаря** (Суперлига + Высшая Лига + другие соревнования, указанные в Концепции)
- **Использование экспертизы РФС** для продажи коммерческих прав

Ключевые показатели эффективности и инициативы

200+
млн рублей

Совокупные **ежегодные доходы Лиги** от централизованной **реализации коммерческих прав**



Привлечение спонсора к развитию лиги как маркетингового продукта
(по аналогии с РПЛ-Winline)



Создание и продвижение коммерческого инвентаря в digital-среде

Лучшая практика

Россия (РПЛ)



Привлечение букмекера к развитию лиги и коммерческого инвентаря

- Проведение матча тура (предматчевое шоу, Match-day активности)
- Создание видео контента (РПЛ News, обзоры матчей)
- Трансляции матчей в приложении

3.4.4. Социальные сети

Требуется развитие собственных социальных сетей о футзале (VK, Telegram), а также проведение регулярного обучения сотрудников клубов (фотографов, дизайнеров и менеджеров по маркетингу)

До сезона 2022/2023

- **Непостоянное качество контента** от клуба к клубу
- **Регулярно обновляемые социальные сети АМФР**
- **Разрозненные Telegram-каналы о мини-футболе** (малочисленная аудитория)

Сделано в сезоне 2022/2023

- **Создан Youtube-канал Суперлиги**
- **Запущен Telegram-канал Суперлиги** (согласно опросу болельщиков канал **«Значительно лучше»** социальных сетей, использовавшегося для соревнований Суперлиги в сезоне 21/22)

Ключевые показатели эффективности и дальнейшие инициативы

5 000
просмотров

Средний охват поста Лиги в соцсетях (VK и Telegram)



Создание собственных социальных сетей (VK, Telegram) РФС, посвященных мини-футболу

sports.ru



Сотрудничество с популярными спортивными медиа



Обучение фотографов, дизайнеров и менеджеров по маркетингу клубов

ЧЕМПИОНАТ

Лучшая практика

Англия



Коллаборация с популярными футбольными блогерами

- Соревнования и конкурсы
- Футбольные блогеры против игроков сборной по футзалу
- > 700 тыс. просмотров на 1 видео

3.4.5. Посещаемость матчей

К сезону 2026/27 – средняя посещаемость должна повыситься на 50% и составить не менее 1 000 человек. Для этого планируется внедрить единую CRM систему, билетную систему, а также стандарты по кейтерингу и выпуску атрибутики

⚠ До сезона 2022/2023

- Средняя посещаемость матчей Суперлиги – 650 человек
- Разрозненная билетная программа клубов, отсутствие онлайн-продажи билетов
- Отсутствие у клубов инструментов системной коммуникации с болельщиками
- Отсутствие кейтеринга на матчах

▶ Планируемые инициативы

- Внедрение единой CRM-системы
- Внедрение единой билетной системы
- Внедрение стандартов по кейтерингу

▶ Ключевые показатели эффективности и инициативы

1 000
зрителей

Средняя посещаемость матча
Суперлиги
[+ 350 к сезону 2021/22]



Разработка и рассылка клубам
гайда по минимальному
наполнению matchday-программы



Рост среднего чека на матчах
Суперлиги за счет повышения
качества и ассортимента продуктов



Централизованный выпуск
атрибутики с символикой
Суперлиги и клубов

Лучшая практика

 Испания



Выставочные матчи с проф.
футбольными клубами

- Средства на благотворительность
- Во время матча шла реклама национальной лиги футзала Испании
- 18 млн просмотров на YouTube
- >5 000 зрителей на матче



3.4.6. Матч звёзд (одно из самых частых предложений согласно опросу болельщиков)

Матч звёзд Суперлиги – выставочное мероприятие с участием лучших игроков Суперлиги для популяризации мини-футбола, роста медийности лиги и ее игроков, вовлечения новых болельщиков

- Матч звезд – органичное решение для техничного мини-футбола: матч-шоу и конкурс умений среди лучших игроков лиги
- Матчи звезд в России уже проводятся КХЛ и Единой Лиге ВТБ – требуется «отстройка» и поиск собственной идентичности Суперлиги
- Матч звезд Суперлиги может быть интегрирован с проведением Кубка Лиги (проведение Матча звезд после КЛ, голосование за игроков – во время КЛ)

Концепция Матча звезд Суперлиги

Формат

Игроки будут определены голосованием болельщиков и разделены на 2 команды, также необходимо участие не менее 1 игрока из каждой команды лиги



Север



Юг

или

Россияне



Легионеры

Конкурсы

Индивидуальные и командные конкурсы на технику, скорость, точность идеально подходят мини-футболу



Локация

Выбор города с современной ареной, где мини-футбол обладает большой популярностью, для обеспечения высокой посещаемости



Больше, чем спортивное соревнование

«Соревнование» культур, музыки, кухонь, визуальной эстетики представленных городов и регионов страны. Увидеть Россию через Матч звезд Суперлиги!



Неделя звезд хоккея КХЛ

- Мероприятие длится 1 неделю
- Разделение команд по географическому принципу (по одной команде от каждого из 4 дивизионов)
- Дополнительно в составе мероприятия проводятся матчи звезд МХЛ и ЖХЛ
- Конкурсы мастерства среди полевых игроков и вратарей (мастер-шоу)
- Продажа атрибутики с символикой Матча



Матч всех звезд Единой Лиги ВТБ

- Однодневное мероприятие на крупной арене
- Звёзды России против Звёзд Мира
- В каждой команде не более 2 игроков от клуба
- Голосование болельщиков и СМИ
- Помимо самой игры проводятся матч знаменитостей, матч молодых звезд, конкурсы по 3-хочковым броскам и броскам сверху



3. Предлагаемое решение

3.5. Инфраструктура



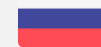
3.5. Инфраструктура

Средняя вместимость арен Суперлиги находится на приемлемом уровне. При этом **требуется развитие арен для обеспечения качественной ТВ-картинки, повышение уровня «матчдэй» и проведение матчей клубами на своих домашних аренах**

- Одной из ключевых проблем является то, что клубы ввиду проблем с логистикой и инфраструктурой вынуждены проводить домашние матчи в других городах (Суперлига: «Газпром-Югра», «Норильский Никель»; Высшая Лига: «Заря», «Сиб-Транзит»)
- Часть арен Суперлиги не позволяют осуществлять ТВ-трансляции высокого уровня (слабое освещение, трибуны только с одной стороны и другое)

| Клуб | Арена | Год постройки | Вместимость | Состояние* |
|--------------------|-----------------------------|---------------|-------------|------------|
| Суперлига | | | | |
| Газпром-Югра | КСК «Норд» | 1996 | 600 | 3 |
| КПРФ | УСЦ «Юность» | 2007 | 1 300 | 4 |
| Кристалл | «Nova Arena» | 2014 | 750 | 4 |
| Новая Генерация | УСК «Орбита» | 2009 | 600 | 3 |
| Норильский Никель | СХ «Айка» | 2020 | 1 700 | 5 |
| Сибиряк | СК НГАСУ | 2017 | 800 | 3 |
| Синара | ДИВС | 2003 | 3 750 | 5 |
| Торпедо НН | ФОК «Мещерский» | 2012 | 775 | 4 |
| Тюмень | СК «Центральный» | 2004 | 1 440 | 4 |
| Ухта | УСК «Ухта» | 2012 | 600 | 3 |
| Высшая Лига | | | | |
| Глазов | ЛДС «Глазов Арена» | 2016 | 2 895 | 3 |
| Заря | ДС "Квант" (г. Москва) | 2007 | 940 | 5 |
| ИрАэро | ДС "Труд" | 1976 | 1 340 | 3 |
| Кузбасс | ГЦС «Кузбасс» | 2011 | 1 300 | 5 |
| ЛКС | МСОК "Атлант" | 2018 | 550 | 4 |
| Поморье | ЦРС «Норд Арена» | 2013 | - | 3 |
| Ростов | КСК «Экспресс» | 2005 | 1 300 | 4 |
| Саратов-Волга | ФОК «Юбилейный» | 2012 | - | 3 |
| Сиб-трансит | ГЦС «Кузбасс» (г. Кемерово) | 2011 | 1 300 | 5 |
| Сигма-К | ФОК имени Э.Б. Булатова | 2022 | 2 500 | 4 |
| Факел-ГТС | СОК «Энергетик» | 1999 | 3 000 | 4 |
| Футбол-Хоккей | ФОК "Александр Невский" | 2016 | 830 | 4 |
| Южный Урал | СК «Метар-Спорт» | 1998 | 1 500 | 4 |
| Ямал-НУБК | СК ДЦ «Ямал» | 2007 | 450 | 4 |

Средняя вместимость арен ведущих лиг



1 230
человек



3 500
человек



1 130
человек

Ключевые предложения по развитию



проект роста уровня освещенности площадок



оснащение мультимедийными табло



оснащение LED-бортами



реновация напольного покрытия (паркет)



организация тематических зон (семейные сектора, фан-зоны, кейтеринг, мерчандайзинг)

П. Приложения



П1. Лучшие практики - Португалия



Рейтинг национальной ассоциации (УЕФА): 1

Достижения сборной (последние 6 лет):

ЧМ – победители (1 раз), 4 место (1 раз)
 ЧЕ – победители (2 раза), 1/4 финала (1 раз)
 Финалissima – победители (1 раз)

Достижения клубов (последние 6 сезонов ЛЧ):

Победители – 2 раза
 Финалисты – 3 раза
 3 место – 1 раз

* - В периметре анализа находятся профессиональные уровни футзала и все национальные кубковые соревнования, в которых принимают участие профессиональные клубы

Демографические данные игроков высшего дивизиона

По заявкам команд в сезоне 2021/22



294 игрока
 (неограниченная заявка для молодых игроков)



31% легионеров



29% игроков в возрасте 21 года и младше

Структура национальных мини-футбольных/футзальных соревнований*

| Турнир | Тип турнира | Статус | Кол-во клубов | Формат | Количество повышающихся / вылетающих команд | Количество матчей | | Календарь | Организатор |
|--------------------------------|-----------------------|----------------|---------------|---|---|-------------------|---------|--------------------|-------------------------|
| | | | | | | Всего | На клуб | | |
| Национальные чемпионаты | | | | | | | | | |
| Liga Placard | 1 дивизион | Проф. | 12 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 2 круга) 2 этап: плей-офф до 2 побед (четвертьфинал); до 3 побед (финал) | 0 / 2 | 147-161 | 22-33 | октябрь-июнь | Национальная ассоциация |
| II Divisão | 2 дивизион | Проф. | 26 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 1 круг по географическим зонам) 2 этап: групповой турнир между зонами за повышение в классе; отдельный групповой турнир за сохранение прописки | 2 / 4 | 358 | 26-30 | сентябрь-июнь | Национальная ассоциация |
| III Divisão | 3 дивизион | Проф. | 44 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 1 круг по географическим зонам) 2 этап: плей-офф между зонами за повышение в классе | 4 / 14 | 264 | 14-25 | октябрь-июнь | Национальная ассоциация |
| Кубковые соревнования | | | | | | | | | |
| Taça de Portugal Placard | Кубок Португалии | Проф. + любит. | ≈100 | • 7 или 8 раундов (включая финал) по 1 игре на каждом этапе • Клубы элитного дивизиона начинают с 4 раунда | - | ≈100 | 1-9 | октябрь-май | Национальная ассоциация |
| Taça de Liga Placard | Кубок Лиги | Проф. | 8 | • Участвуют 8 лучших клубов по итогам 1 круга элитного дивизиона • Кубковый формат по 1 игре на каждом этапе | - | 7 | 1-3 | январь | Национальная ассоциация |
| Supertaça Placard | Суперкубок Португалии | Проф. | 2 | 1 матч между победителем чемпионата Португалии и победителем или финалистом Кубка Португалии | - | 1 | 1 | сентябрь / октябрь | Национальная ассоциация |

П2. Лучшие практики - Испания

Рейтинг национальной ассоциации (УЕФА): **3**

Достижения сборной (последние 6 лет):

ЧМ – ¼ финала (2 раза)
 ЧЕ – победители (1 раз), 2 место (1 раз), 3 место (1 раз)
 Финалиссима – 2 место (1 раз)

Достижения клубов (последние 6 сезонов ЛЧ):

Победители – 4 раза
 Финалисты – 2 раза
 3 место – 3 раза
 4 место – 1 раз

* - В периметре анализа находятся профессиональные уровни футзала и все национальные кубковые соревнования, в которых принимают участие профессиональные клубы

Демографические данные игроков высшего дивизиона

По заявкам команд в сезоне 2021/22



317 игроков
 (неограниченная заявка
 для молодых игроков)



32%
 легионеров



24% игроков
 в возрасте 21
 года и младше

Структура национальных мини-футбольных/футзальных соревнований*

| Турнир | Тип турнира | Статус | Кол-во клубов | Формат | Количество повышающихся / вылетающих команд | Количество матчей | | Календарь | Организатор |
|--------------------------------|--------------------|----------------|---------------|---|---|-------------------|---------|--------------|---|
| | | | | | | Всего | На клуб | | |
| Национальные чемпионаты | | | | | | | | | |
| Primera División | 1 дивизион | Проф. | 16 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 2 круга) 2 этап: плей-офф в 2 матча в каждой из серий | 0 / 2 | 254 | 30-38 | сентябрь-май | Комитет футзала при национальной ассоциации |
| Segunda División | 2 дивизион | Проф. | 16 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 2 круга) 2 этап: плей-офф за дополнительные путевки в верхний дивизион | 2 / 3 | 242 | 30-32 | сентябрь-май | Комитет футзала при национальной ассоциации |
| Кубковые соревнования | | | | | | | | | |
| Copa del Rey | Кубок Испании | Проф. + любит. | 78 | • 8 раундов (включая финал) по 1 игре на каждом этапе • Клубы элитного дивизиона начинают с 4 или 5 раунда | - | ≈80 | 1-8 | сентябрь-май | Комитет футзала при национальной ассоциации |
| Copa de España | Кубок Лиги | Проф. | 8 | • Участвуют 8 лучших клубов по итогам 1 круга элитного дивизиона • Кубковый формат по 1 игре на каждом этапе | - | 7 | 1-3 | март-апрель | Комитет футзала при национальной ассоциации |
| Supercopa de España | Суперкубок Испании | Проф. | 2 | 1 матч между победителем чемпионата Испании и победителем Кубка Испании. Если это один и тот же клуб, Суперкубок автоматически вручается этой команде | - | 1 | 1 | сентябрь | Комитет футзала при национальной ассоциации |

ПЗ. Лучшие практики - Италия



Италия

Рейтинг национальной ассоциации (УЕФА): 9

Достижения сборной (последние 6 лет): ЧМ – 1/8 финала (1 раз)
ЧЕ – 5 место (1 раз)

Достижения клубов (последние 6 сезонов ЛЧ): -

* - В периметре анализа находятся профессиональные уровни футзала и все национальные кубковые соревнования, в которых принимают участие профессиональные клубы

Демографические данные игроков высшего дивизиона

По заявкам команд в сезоне 2021/22



275 игроков



51% легионеров



13% игроков в возрасте 21 года и младше

| Структура национальных мини-футбольных/футзальных соревнований* | | | | | | Количество повышающихся / вылетающих команд | | Количество матчей | | Календарь | Организатор |
|---|-----------------------|--------|---------------|--|--------|---|---------|-------------------|----------------------------------|-----------|-------------|
| Турнир | Тип турнира | Статус | Кол-во клубов | Формат | | Всего | На клуб | | | | |
| Национальные чемпионаты | | | | | | | | | | | |
| Serie A | 1 дивизион | Проф. | 16 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 2 круга) 2 этап: плей-офф в 2 матча (четвертьфинал); в 3 матча (финал); плей-офф за сохранение прописки | 0 / 4 | 256-259 | 30-38 | октябрь-июнь | Лига при национальной ассоциации | | |
| Serie A2 | 2 дивизион | Проф. | 46 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 2 круга по географическим зонам) 2 этап: плей-офф между зонами за повышение в классе; отдельный плей-офф за сохранение прописки | 4 / 9 | 750 | 28-32 | сентябрь-июнь | Лига при национальной ассоциации | | |
| Serie B | 3 дивизион | Проф. | 106 | 1 этап: регулярный сезон («каждый с каждым» в 2 круга по географическим зонам) 2 этап: плей-офф между зонами за повышение в классе; отдельный плей-офф за сохранение прописки | 9 / 18 | 1343 | 24-29 | октябрь-июнь | Лига при национальной ассоциации | | |
| Кубковые соревнования | | | | | | | | | | | |
| Coppa della Divisione | Кубок Италии | Проф. | 168 | • 8 раундов (включая финал) по 1 игре на каждом этапе • Клубы элитного дивизиона начинают с 3 раунда | - | 63 | 1-8 | сентябрь-декабрь | Лига при национальной ассоциации | | |
| Coppa Italia | Кубок Лиги (Serie A) | Проф. | 16 | • Участвуют все клубы элитного дивизиона • Кубковый формат по 1 игре на каждом этапе | - | 15 | 1-4 | январь-март | Лига при национальной ассоциации | | |
| Coppa Serie A2 | Кубок Лиги (Serie A2) | Проф. | 16 | • Участвуют 1-4 команды каждой группы по итогам 1 круга • Внутригрупповой плей-офф + межгрупповой «Финал четырех»; Все раунды – в один матч | - | 15 | 1-4 | февраль-апрель | Лига при национальной ассоциации | | |
| Coppa Serie B | Кубок Лиги (Serie B) | Проф. | 32 | • Участвуют лидеры каждой зоны Serie B • Внутригрупповой плей-офф + межгрупповой плей-офф; Все раунды – в один матч | - | 31 | 1-5 | февраль-апрель | Лига при национальной ассоциации | | |
| Supercoppa italiana | Суперкубок Италии | Проф. | 2 | 1 матч между победителем чемпионата Италии и победителем или финалистом Кубка Италии | - | 1 | 1 | декабрь/январь | Лига при национальной ассоциации | | |

П4. Лучшие практики по маркетингу соревнований по мини-футболу/футзалу

Медиа-освещение

Италия



Собственная медийная платформа и сотрудничество с медиахолдингом Sky

- Обзорная передача по результатам тура
- Аналитическая передача с интервью с представителями клубов, функционерами лиги



UEFA



Игровой паркет с тёмным покрытием

- Улучшение качества ТВ-картинки
- Привлечение внимания болельщиков



Португалия



Игровой паркет с тёмным покрытием

- Улучшение качества ТВ-картинки
- Единый поставщик у нескольких клубов



Испания



Игровой паркет с тёмным покрытием

- Улучшение качества ТВ-картинки
- Привлечение внимания болельщиков



П4. Лучшие практики по маркетингу соревнований по мини-футболу/футзалу

Имидж соревнований

Испания



Гала-мероприятие лиги

- Подведение итогов прошлого сезона, награждение лучших игроков
- Презентация нового сезона лиги



UEFA



Установка LED-бортов по периметру паркета

- Дополнительный рекламный инвентарь
- Более приятное восприятие зрителями, чем у аналогов



Испания



Настольная книга-комикс

- Объяснение правил игры для детей
- Иллюстрации с лучшими игроками лиги и сборной



Португалия



Установка LED-бортов по периметру паркета

- Дополнительный рекламный инвентарь
- Более приятное восприятие зрителями, чем у аналогов



П4. Лучшие практики по маркетингу соревнований по мини-футболу/футзалу

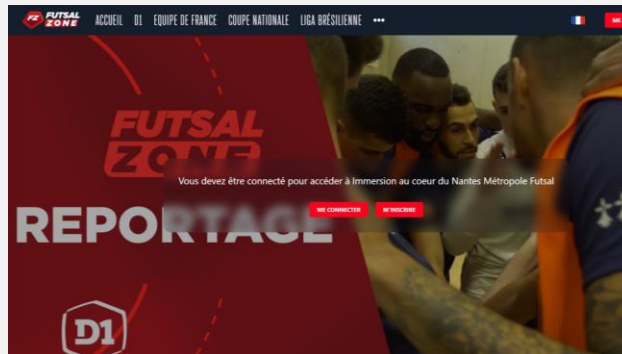
Социальные сети

Франция



Репортажи с тренировочных баз команд

- Эксклюзивный контент / интервью с тренерами и игроками
- На собственной OTT-платформе лиги



Италия



Специальный контент для социальных сетей

- Короткие видео с главными хайлайтами
- Короткие видео с арен и раздевалок

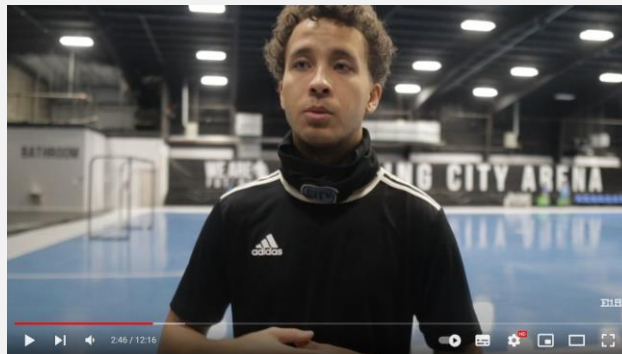


США



Контент от игроков

- Один день из жизни профессионального игрока в футзал



Италия



Стандарты по присутствию в социальных сетях и медиа материалам для всех клубов


- Список обязательных социальных сетей для клубов
- Обязательное число фотографий с каждой игры от медиа службы



П4. Лучшие практики по маркетингу соревнований по мини-футболу/футзалу

Посещаемость матчей


Посещаемость матчей

 **Онлайн-сообщество болельщиков #WeAreFutsal** (в разработке)

- Платформа для продажи билетов
- Развитие программы лояльности с партнерами лиги
- Выпуск сувенирной продукции лиги



Посещаемость матчей

 **Продажа билетов на матчи чемпионата на сайте лиги**

