



# ПОЛОЖЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА ЮФЛ

СЕЗОН 2024

**УТВЕРЖДЕНО**

**Приказом Генерального секретаря РФС**

№ 182 от «16» 07 2024 г.

Генеральный секретарь  
Общероссийской общественной организации  
спортивной федерации по футболу «Российский  
футбольный союз»



**М.Л. Митрофанов**



**ПОЛОЖЕНИЕ  
О ПРОВЕДЕНИИ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА  
ЮНОШЕСКОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ЛИГИ  
СЕЗОНА 2024 ГОДА**

**МОСКВА, 2024 г.**

## СОДЕРЖАНИЕ

СТАТЬЯ 1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ .....	3
СТАТЬЯ 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА.....	4
СТАТЬЯ 3. ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В МАРКЕТИНГОВОМ ЧЕМПИОНАТЕ .....	4
СТАТЬЯ 4. РАСПИСАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА .....	6
СТАТЬЯ 5. КАТЕГОРИИ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА И ПОРЯДОК НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ .....	6
СТАТЬЯ 6. КАТЕГОРИЯ «БОЛЕЛЬЩИКИ».....	7
СТАТЬЯ 7. КАТЕГОРИЯ «СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ» .....	7
СТАТЬЯ 8. КАТЕГОРИЯ «ПРОДВИЖЕНИЕ».....	8
СТАТЬЯ 9. КАТЕГОРИЯ «ТРАНСЛЯЦИИ» .....	9
СТАТЬЯ 10. АПЕЛЛЯЦИЯ .....	9
СТАТЬЯ 11. КОМИССИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА.....	10
СТАТЬЯ 12. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА .....	10
СТАТЬЯ 13. НАГРАЖДЕНИЕ.....	11
<i>Приложение № 1 к Положению о проведении МЧ ЮФЛ сезона 2024 г. ....</i>	<i>13</i>
<i>Приложение № 2 к Положению о проведении МЧ ЮФЛ сезона 2024 г. ....</i>	<i>14</i>
<i>Приложение № 3 к Положению о проведении МЧ ЮФЛ сезона 2024 г. ....</i>	<i>15</i>
<i>Приложение № 4 к Положению о проведении.....</i>	<i>17</i>
<i>Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г. ....</i>	<i>17</i>

## СТАТЬЯ 1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. В Положении используются следующие термины и определения:

<b>Болельщики</b>	Все зрители, присутствующие на Стадионе
<b>ДОПС</b>	Департамент организации и проведения соревнований
<b>Игровой тур</b>	Матчи одной стадии розыгрыша ЮФЛ, проводимые в один или несколько подряд идущих игровых дней, определенных Календарем в календаре ЮФЛ
<b>Категории МЧ (Категории)</b>	Основные направления деятельности Клуба в области маркетинга и медиа, за выполнение Активностей в которых начисляются баллы в МЧ в соответствии со <a href="#">статьей 5</a> Положения
<b>Клуб</b>	Участник соревнований ЮФЛ сезона 2024 г., признающий нормы РФС, а именно самостоятельное юридическое лицо или структурное подразделение футбольного клуба, созданное и функционирующее для целей спортивной подготовки молодых футболистов под руководством тренеров, включая проведение учебно-тренировочных занятий и обеспечение участия футболистов в соревнованиях, проводимых под эгидой РФС
<b>Клуб-гость</b>	Клуб, который в соответствии с утвержденным Календарем и Регламентом ЮФЛ принимает участие в матче на «поле соперника» против Организатора матча
<b>Команда</b>	Команда Клуба, участвующая в соревнованиях ЮФЛ по определенному возрасту
<b>Комиссия</b>	Орган, сформированный из специалистов профильных подразделений РФС, состав которого утверждается Генеральным секретарем РФС
<b>Маркетинговые активности (Активности)</b>	Комплекс медиа и маркетинговых мероприятий, реализуемых Клубами в ходе проведения ЮФЛ и соответствующих критериям настоящего Положения, а также направленных на привлечение новых Болельщиков, повышение узнаваемости и лояльности аудитории к брендам клубов, ЮФЛ и РФС
<b>Маркетинговый чемпионат ЮФЛ (МЧ)</b>	Состязание между клубами-участниками ЮФЛ, осуществляемое в целях развития детско-юношеского спорта, а именно в целях признания и поощрения достижений клубов, являющихся участниками ЮФЛ сезона 2024 г., в области маркетинга и медиа, а также в целях определения клубов, осуществляющих наилучшим образом комплекс Активностей в соответствии с Категориями МЧ. МЧ не является спортивным мероприятием
<b>Матч</b>	Официальный матч ЮФЛ, проводимый в рамках Календаря ЮФЛ сезона 2024 г.
<b>Организатор матча</b>	Клуб, который в соответствии с утвержденным Календарем и Регламентом ЮФЛ принимает клуб-гость на своем поле и осуществляет организационное и иное обеспечение подготовки домашнего матча его команды
<b>Ответственный сотрудник</b>	Менеджер по маркетингу или иной сотрудник Клуба, ответственный за участие в МЧ
<b>Положение</b>	Положение о проведении Маркетингового чемпионата Юношеской футбольной лиги сезона 2024 г.
<b>Правила по допуску</b>	Правила РФС по допуску клубов к участию в ЮФЛ сезона 2024 г.
<b>Расписание МЧ (Расписание)</b>	Расписание МЧ с указанием сроков предоставления отчетности по Категориям, проверки присланных отчетов, публикации турнирной таблицы

<b>Регламент ЮФЛ (Регламент)</b>	Регламент федеральной Юношеской футбольной лиги сезона 2024 г., состоящей из: 1. Юношеской Футбольной Лиги – 1 (Первенства России по футболу среди юношей до 18 лет) сезона 2024 г.; 2. Юношеской Футбольной Лиги – 2 (Первенства России по футболу среди юношей до 17 лет) сезона 2024 г.; 3. Юношеской Футбольной Лиги – 3 (Первенства России по футболу среди юношей до 16 лет) сезона 2024 г.
<b>РФС</b>	Общероссийская общественная организация спортивная федерация по футболу «Российский футбольный союз»
<b>Стадион</b>	Сертифицированный РФС объект спорта, на котором проводится матч ЮФЛ
<b>Тур МЧ</b>	Период, определенный Расписанием, в течение которого Клубами осуществляется маркетинговая деятельность для целей участия в МЧ, и за которой предоставляется отчетность в соответствии с требованиями Положения
<b>ЮФЛ</b>	Соревнования федеральной Юношеской футбольной лиги, состоящей из: 1. Юношеской футбольной лиги – 1 (Первенства России по футболу среди юношей до 18 лет) сезона 2024 г.; 2. Юношеской футбольной лиги – 2 (Первенства России по футболу среди юношей до 17 лет) сезона 2024 г.; 3. Юношеской футбольной лиги – 3 (Первенства России по футболу среди юношей до 16 лет) сезона 2024 г.

- 1.2. Все термины и определения, предусмотренные Положением, могут использоваться как в единственном, так и во множественном числе, без ущерба для их значения.
- 1.3. Термины, которым не даны определения в Положении, используются в значении, данном им в Регламенте ЮФЛ сезона 2024 г., утверждённом РФС в установленном порядке.
- 1.4. Все медиа, коммерческие и любые другие (без исключений) права на МЧ принадлежат РФС.

## **СТАТЬЯ 2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА**

- 2.1. РФС осуществляет проведение МЧ, оперативное управление МЧ, контроль за его организацией и проведением в соответствии с Положением.
- 2.2. МЧ проводится в целях развития детско-юношеского футбола, а также в целях:
- определения победителя и призеров МЧ;
  - определения мест команд клубов в итоговой таблице МЧ.
- 2.3. Задачи МЧ:
- повышение маркетинговой активности Клубов;
  - финансовое стимулирование маркетинговой активности Клубов;
  - повышение узнаваемости брендов Клубов, ЮФЛ и РФС;
  - расширение аудитории болельщиков Клубов, ЮФЛ и РФС;
  - повышение квалификации сотрудников Клубов.

## **СТАТЬЯ 3. ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В МАРКЕТИНГОВОМ ЧЕМПИОНАТЕ**

- 3.1. К участию в МЧ допускаются Клубы, которые не позднее чем за 7 (семь) рабочих дней до начала МЧ (день первого Игрового тура) направили в РФС заявление на участие в

Маркетинговом чемпионате ЮФЛ сезона 2024 г. в письменной форме на электронный адрес [yflrussia@rfs.ru](mailto:yflrussia@rfs.ru) с указанием Ответственного сотрудника Клуба.

**3.2.** Клуб-участник МЧ обязан иметь в своем штате сотрудника, ответственного за участие в МЧ, и обеспечить выполнение указанным сотрудником следующих обязанностей:

- а) разработка и реализация рекламных кампаний по продвижению Клуба совместно со службами коммуникации Клуба;
- б) планирование, организация и проведение развлекательных программ и предматчевых акций для зрителей и иных специальных мероприятий по продвижению команд Клуба (во взаимодействии с ответственными подразделениями Клуба);
- в) проведение совместных акций с партнерами Клуба, направленных на привлечение болельщиков и повышение узнаваемости команд Клуба (во взаимодействии с ответственными подразделениями Клуба).

Ответственным сотрудником Клуба является менеджер по маркетингу, заявленный Клубом в соответствии с Правилами по допуску клубов и в соответствии со ст. 23 Регламента ЮФЛ, если Клубом в качестве Ответственного сотрудника в заявлении на участие в МЧ не указано другое лицо.

**3.2.1.** В случае, если Ответственным лицом Клуба является сотрудник, отличный от заявленного менеджера по маркетингу Клуба, Клуб вместе с заявлением на участие в МЧ обязан предоставить на такого сотрудника следующие данные и документы:

- а) ФИО;
- б) контактный номер телефона;
- в) рабочий адрес электронной почты.

**3.2.2.** Клуб обязан обеспечить участие Ответственного сотрудника в соответствующих образовательных программах РФС в случае их проведения РФС.

**3.2.3.** В случае замены Ответственного сотрудника в течение сезона МЧ Клуб обязан назначить нового Ответственного сотрудника, имеющего необходимую квалификацию и соответствующего требованиям п. 3.2 настоящей статьи, в течение срока, установленного критерием Р.13 Правил для замены тренерско-административного персонала.

Клуб обязан в течение 5 (пяти) рабочих дней уведомить РФС в письменной форме на электронный адрес [yflrussia@rfs.ru](mailto:yflrussia@rfs.ru) о наступлении следующих обстоятельств:

- об освобождении должности Ответственным сотрудником;
- о назначении нового Ответственного сотрудника (в случаях, предусмотренных п. 3.2.1 Положения, вместе с указанными в данном пункте данными и документами).

**3.2.4.** В случае, если в течение Тура МЧ Ответственный сотрудник освободил должность, а новый Ответственный сотрудник не был назначен, Клуб обязан назначить временно исполняющего обязанности Ответственного сотрудника, предоставив в РФС ФИО, контактный номер телефона и рабочий адрес электронной почты временно исполняющего обязанности сотрудника в письменной форме на электронный адрес [yflrussia@rfs.ru](mailto:yflrussia@rfs.ru) не позднее чем за 1 (один) рабочий день до окончания Тура МЧ.

В течение 7 (семи) рабочих дней с даты уведомления РФС о назначении нового Ответственного сотрудника, указанный сотрудник обязан пройти консультацию с представителем РФС по вопросам МЧ.

#### **СТАТЬЯ 4. РАСПИСАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА**

- 4.1. Расписание является [Приложением № 1](#) к Регламенту, устанавливает сроки предоставления отчетности по Категориям, сроки проверки присланных отчетов и публикации турнирной таблицы, а также определяет период отчетности (Туров МЧ).
- 4.2. Расписание может быть изменено по усмотрению РФС. РФС информирует Клубы о внесении изменений в Расписание в срок не позднее 3 (трех) рабочих дней до начала Тура.

#### **СТАТЬЯ 5. КАТЕГОРИИ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА И ПОРЯДОК НАЧИСЛЕНИЯ БАЛЛОВ**

- 5.1. МЧ проводится по 4 (четырем) Категориям: «Болельщики» ([статья 6](#) Положения), «Социальные сети» ([статья 7](#) Положения), «Продвижение» ([статья 8](#) Положения), «Трансляции» ([статья 9](#) Положения), которые в свою очередь разделены на Критерии.
- 5.2. Любая Активность (активация, проект или мероприятие) может оцениваться на соответствие только 1 (одному) виду Критерия. Одна и та же Маркетинговая активность (активация, проект или мероприятие) не может относиться к 2 (двум) и более видам Критериев.
- 5.3. Начисление баллов Клубам осуществляется ДОПС на основании отчетности, предоставляемой Клубами в соответствии с требованиями Положения.
- 5.4. Места Клубов в текущей и итоговой турнирной таблице МЧ определяются на основании суммы баллов, полученных Клубами в каждой из Категорий.  
Клуб, набравший большее количество баллов, располагается в текущей и итоговой турнирной таблице МЧ выше Клуба, набравшего меньшее количество баллов.
- 5.5. Предоставление Клубами отчетности, используемой для начисления баллов, осуществляется посредством заполнения утвержденных РФС электронных форм отчетности в соответствии с Расписанием и инструкциями ДОПС.  
Форма отчетности может быть изменена в течение сезона МЧ по усмотрению ДОПС. ДОПС информирует Клубы о внесении изменений в форму отчетности в срок не позднее 14 (четырнадцати) рабочих дней до начала Тура МЧ.
- 5.6. Отчеты и материалы, предоставленные Клубами позже сроков, установленных Положением и Расписанием, не учитываются при начислении баллов.
- 5.7. В целях корректного расчета и начисления баллов РФС имеет право проводить мониторинг и контроль качества активности Клубов при проведении МЧ, а именно запрашивать у Клубов документы, статистические данные по социальным сетям, статистические данные билетных систем и иные материалы, необходимые для надлежащего проведения МЧ.
- 5.8. В случае непредставления Клубом данных по запросу РФС или представления Клубом данных, которые невозможно верифицировать, в том числе недостоверных данных, а также в случае несоответствия представленных Клубом данных требованиям настоящего Положения, баллы по соответствующему Критерию не начисляются.
- 5.9. В случае систематического предоставления недостоверных данных (2 (два) и более раз) Клуб по решению ДОПС исключается из МЧ. Баллы, начисленные Клубу к моменту его исключения из МЧ, аннулируются.

## **СТАТЬЯ 6. КАТЕГОРИЯ «БОЛЕЛЬЩИКИ»**

- 6.1.** Категория МЧ «Болельщики» нацелена на повышение количества Болельщиков, посещающих домашние Матчи Клуба, и на проведение Matchday программ. Данная категория включает в себя 2 (два) критерия:
- 1) Критерий F.01 «Количество болельщиков»;
  - 2) Критерий F.02 «Matchday программа».
- 6.2.** Итоговый балл за Тур МЧ по категории «Болельщики» составляет сумму баллов, полученных по критериям F.01 и F.02 (включая критерии F.02.1-F.02.5) за соответствующий Тур МЧ.
- 6.3.** В рамках критерия F.01 «Количество болельщиков» учитывается посещаемость домашних Матчей Клубов (количество срабатываний системы контроля доступа), полученная из отчета системы контроля доступа (далее — отчет СКД), заверенного подписью и печатью билетного оператора, предоставляющего Клубу программное обеспечение, посредством которого осуществляется контроль доступа на Стадион.
- В соответствии с п. 26.02 Регламента ЮФЛ сезона 2024 г. Клубы обязаны иметь билетную программу либо использовать билетную программу, предоставляемую РФС.
- Клубы, не применяющие билетную программу при организации домашних матчей, не вправе претендовать на начисление баллов по данному критерию.
- 6.4.** Клуб предоставляет РФС отчет СКД за Тур МЧ в установленной форме.
- 6.5.** Отчет СКД, предоставленный клубом, должен содержать следующую информацию:
- а) фактическая посещаемость матчей (количество срабатываний системы контроля доступа);
  - б) время срабатывания сканера системы контроля доступа;
  - в) фото трибун с болельщиками;
  - г) скрин данных посещаемости в системе билетного оператора.
- 6.6.** Прочая информация, не указанная в пункте 6.5 Положения, может предоставляться Клубами РФС по их усмотрению.
- 6.7.** Порядок начисления баллов по критерию F.01 «Количество болельщиков» и F.02 «Matchday программа» по итогам Тура МЧ утвержден в п. 1 Приложения № 4 данного Положения.
- При этом в случае проведения Клубом Matchday программы в усеченном формате, клубу могут быть начислены баллы в зависимости от полноты проведенных Активностей (критерии F.02.1-F.02.5).

## **СТАТЬЯ 7. КАТЕГОРИЯ «СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ»**

- 7.1.** Категория «Социальные сети» нацелена на рост количества подписчиков в социальных сетях Клубов (ВКонтакте или Телеграм).
- Показатель роста количества подписчиков рассчитывается в абсолютных числах как разница между количеством подписчиков в официальном сообществе (канале) Клуба на конец Тура МЧ относительно предыдущего Тура МЧ, а также по показателю вовлеченности аудитории.
- В рамках категории «Социальные сети» учитываются только данные официальных сообществ (каналов) Клубов, указанных в Приложении № 2 к Положению.
- Данная категория включает в себя 2 (два) критерия:



- 1) Критерий S.01 «Количество подписчиков»;
- 2) Критерий S.02 «Коэффициент вовлеченности (ER)».

- 7.2.** Итоговый балл за Тур МЧ по категории «Социальные сети» составляет сумму баллов, полученных по критериям S.01 и S.02 за соответствующий Тур МЧ.
- 7.3.** Клуб обязан не позднее чем за 2 (два) рабочих дня до старта сезона МЧ (первый день первого Тура МЧ) посредством письма на электронный адрес [yflrussia@rfs.ru](mailto:yflrussia@rfs.ru) уведомить РФС о выборе социальной сети (ВКонтакте или Телеграм), данные которой будут учитываться в целях начисления баллов по категории «Социальные сети», указав в письме URL-адрес официального сообщества (канала) Команды в соответствующей социальной сети. В случае, если Клуб в указанный срок не предоставит информацию о выбранной социальной сети, для данного Клуба будут учитываться данные официального сообщества в социальной сети ВКонтакте, указанного в [Приложении № 2](#) к Регламенту. В течение сезона МЧ социальная сеть, данные которой учитываются по категории «Социальные сети», не может быть изменена.
- 7.4.** В целях учета данных по категории «Социальные сети» Клуб предоставляет в установленные настоящим Положением сроки и по установленной форме следующие данные и материалы независимо от выбранной в соответствии с п. 7.3. социальной сети:
- количество подписчиков официального сообщества (канала) в социальной сети ВКонтакте/Телеграм на конец Тура МЧ относительно предыдущего Тура МЧ;
  - статистический отчет по публикациям (записям) за Тур МЧ, по форме: установленной [Приложением № 3](#) настоящего Положения.
- 7.5.** Порядок начисления баллов по критерию S.01 «Количество подписчиков» по итогам Тура МЧ утвержден в п. 2.1 Приложения № 4 данного Положения.
- 7.6.** Порядок начисления баллов по критерию S.02 «Коэффициент вовлеченности (ER)» по итогам Тура МЧ утвержден в п. 2.2. Приложения № 4 данного Положения.
- 7.7.** В целях контроля искусственного увеличения количества подписчиков в социальных сетях Клубов ДОПС вправе проводить мониторинг соответствующих каналов Клубов, используя любые доступные сервисы, и, в случае возникновения в процессе мониторинга подозрения на искусственное увеличение количества подписчиков, выносить вопрос начисления баллов по категории «Социальные сети» в соответствующем Туре МЧ на рассмотрение Комиссии.

## **СТАТЬЯ 8. КАТЕГОРИЯ «ПРОДВИЖЕНИЕ»**

- 8.1.** Категория «Продвижение» нацелена на реализацию Активностей (проектов), направленных на повышение охвата и привлечение новой аудитории Клуба, повышение узнаваемости команд Клуба, по 4 (четырем) критериям: Р.01 «Работа с партнерами», Р.02 «Лидеры мнения», Р.03 «Игроки ЮФЛ в медиа» и Р.04 «Специальные проекты».
- 8.2.** В целях начисления баллов по категории «Продвижение» учитываются Активности, соответствующие Критериям, указанным в п. 3.1 – 3.4 Приложения № 4 данного Положения, информация о которых была предоставлена в отчетности в соответствии с требованиями Положения, при этом участие или организация Клубом Активностей (мероприятия, акции, активации) должна сопровождаться выпуском фотоматериалов и видеороликов, размещаемых на официальном сайте или в социальных сетях Клуба и подтверждающих факт проведения Активностей.
- 8.3.** Порядок начисления баллов по критериям Р.01 – Р.04 утвержден в соответствии с п. 3.1 – 3.4 Приложения № 4 настоящего Положения.

- 8.4.** Итоговый балл за Тур МЧ по Категории «Продвижение» составляет сумму баллов, полученных по критериям Р.01 – Р.04 за соответствующий Тур МЧ.
- 8.5.** В ходе проверки отчетности, указанной в п. 5.2 Положения, ДОПС при возникновении подозрений о несоответствии Активностей, поданных к учету, требованиям критериев Р.01 – Р.04 вправе вынести вопрос начисления баллов по категории «Продвижение» в соответствующем Туре МЧ на рассмотрение Комиссии.

## **СТАТЬЯ 9. КАТЕГОРИЯ «ТРАНСЛЯЦИИ»**

- 9.1.** Категория «Трансляции» нацелена на рост показателей количества просмотров трансляций матчей в социальной сети Клуба (ВКонтакте или Youtube) и улучшение качества проведения трансляций (количество используемых камер, наличие комментаторов).
- 9.2.** В целях учета данных по категории «Трансляции» Клуб предоставляет в установленные настоящим Положением сроки и по установленной форме следующие данные и материалы:
- 1) Отчет по трансляциям домашних матчей независимо от выбранной социальной сети с указанием (с подтверждением):
    - количества камер, используемых для проведения трансляции на всех домашних матчах в рамках Тура МЧ;
    - количества просмотров каждого матча и среднее количество просмотров в рамках Тура МЧ;
    - ссылки на трансляцию для всех домашних матчей в рамках Тура МЧ;
    - факта наличия комментатора на всех домашних матчах в рамках Тура МЧ.
  - 2) Скриншот (снимок экрана) из раздела «Статистика» соответствующего сообщества или канала Клуба во ВКонтакте или Youtube, отображающий данные по количеству просмотров трансляции.
- 9.3.** Баллы по категории «Трансляция», критерий Т.01 «Трансляции», начисляются по итогам Тура, согласно п. 4.1 Приложения № 4 настоящего Положения.
- 9.4.** Итоговый балл за Тур МЧ по категории «Трансляция» составляет сумму баллов, полученных по критерию Т.01, и дополнительных баллов, порядок получения которых определен в п. 4.2 – 4.4 Приложения № 4 данного Положения, за соответствующий Тур МЧ.
- 9.5.** В целях контроля искусственного увеличения количества просмотров в социальных сетях Клубов РФС вправе проводить мониторинг соответствующих каналов Клубов, используя любые доступные сервисы, и, в случае возникновения в процессе мониторинга подозрения на искусственное увеличение количества просмотров, выносить вопрос начисления баллов по категории «Трансляция» в соответствующем Туре МЧ на рассмотрение Комиссии.

## **СТАТЬЯ 10. АПЕЛЛЯЦИЯ**

- 10.1.** Клуб вправе выразить мотивированное несогласие (Апелляция) с результатами Тура МЧ или с итоговыми результатами всего МЧ в срок не позднее 3 (трех) рабочих дней после ознакомления Клуба с вынесенным результатом (дата доведения результатов до Клуба или дата опубликования результатов).
- Апелляция подлежит направлению на официальный адрес электронной почты ЮФЛ [yflrussia@rfs.ru](mailto:yflrussia@rfs.ru).

- 10.2.** Апелляция, поданная в соответствии с пунктом 10.1 настоящей статьи, рассматривается на ближайшем заседании Комиссии, но не позднее 2 (двух) недель с момента получения Апелляции.  
Апелляция, направленная Клубом с нарушением сроков, указанных в п. 10.1 настоящей статьи, не подлежит рассмотрению Комиссией.
- 10.3.** Решения Комиссии доводятся до сведения соответствующего Клуба в срок не позднее 5 (пяти) рабочих дней с даты его принятия.
- 10.4.** Решения Комиссии являются окончательными и не подлежат дальнейшему обжалованию.

## **СТАТЬЯ 11. КОМИССИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА**

- 11.1.** Комиссия формируется из специалистов профильных подразделений РФС в целях утверждения результатов Маркетингового чемпионата и разрешения споров и утверждается Генеральным секретарем РФС.
- 11.2.** Заседание Комиссии в целях утверждения результатов МЧ проводится в сроки, установленные Расписанием.
- 11.3.** Заседания Комиссии в целях разрешения споров проводятся в случае возникновения вопросов, требующих рассмотрения Комиссией в соответствии с Положением, и/или поступления апелляций в соответствии со ст. 10 Положения.
- 11.4.** Заседания Комиссии проводятся в составе не менее 3 её членов (кворум), одним из которых должен быть председательствующий (Председатель или заместитель Председателя комиссии). Решение принимается простым большинством голосов присутствующих на заседании членов Комиссии при обязательном наличии кворума. При равенстве голосов на заседании голос председательствующего является решающим.
- 11.5.** В случае рассмотрения Комиссией в соответствии с требованиями ст. 6 – 9 вопроса начисления баллов по Категориям МЧ, баллы по соответствующей Категории не начисляются до принятия Комиссией соответствующего решения.
- 11.5.1.** О вынесении вопроса начисления баллов на Комиссию ДОПС уведомляет Клуб посредством письма Ответственному сотруднику на предоставленный в соответствии с п. 3.2.1. адрес электронной почты.
- 11.5.2.** Ответственный сотрудник вправе в течение 3 (трех) рабочих дней, следующих за днем получения письма, представить на электронную почту [yflrussia@rfs.ru](mailto:yflrussia@rfs.ru) пояснения по рассматриваемому вопросу.
- 11.5.3.** В порядке, установленном настоящим Положением, Комиссия рассматривает представленные по вопросу материалы и пояснения Клуба и принимает решение о признании факта нарушения или о начислении баллов Клубу за соответствующий Тур.
- 11.5.4.** В случае признания Комиссией факта нарушения (искусственного увеличения количеств подписчиков и/или просмотров), Клуб получает 0 (баллов) по соответствующему Туру МЧ, фиксируется факт предоставления недостоверных данных. В случае повторного нарушения Клуб дисквалифицируется до конца сезона и не допускается к участию в следующем сезоне Маркетингового чемпионата ЮФЛ.

## **СТАТЬЯ 12. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ МАРКЕТИНГОВОГО ЧЕМПИОНАТА**

- 12.1.** Подведение итогов МЧ осуществляется Комиссией: итоговая турнирная таблица МЧ, Победитель и Призеры МЧ.
- 12.2.** В случае равенства очков у двух и более команд места в текущей и итоговой турнирной таблице определяются по следующим показателям в следующей последовательности:

- 1) по среднему количеству просмотров домашних матчей всех Туров;
  - 2) по средней посещаемости домашних матчей.
- 12.3.** Информация об итогах МЧ, утвержденных Комиссией, размещается на официальном сайте РФС в срок не позднее 30 декабря 2024 г.
- 12.4.** Клуб, предоставивший в течение сезона МЧ менее 4 (четырех) отчетов, данные которых были верифицированы и приняты к учету в целях начисления баллов в полном объеме, не вправе претендовать на статус победителя или призера МЧ, а начисленные ему баллы не учитываются в общем турнирном зачете МЧ для целей определения победителя или призеров МЧ.
- 12.5.** Клубы, которые в соответствии с требованиями настоящего Положения, исключены из МЧ, лишены права на статус Победителя или Призера МЧ, не учитываются Комиссией для целей определения Победителей и Призеров МЧ.

### **СТАТЬЯ 13. НАГРАЖДЕНИЕ**

- 13.1.** Клуб, занявший первое место в итоговой турнирной таблице Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г., наделяется статусом «Победитель Маркетингового чемпионата Юношеской футбольной лиги сезона 2024 года».
- Клуб-победитель награждается кубком (плакеткой, тарелкой) и дипломом РФС, а также денежным призом в соответствии с п. 13.7 Положения.
- 13.2.** Клуб, занявший второе место в итоговой турнирной таблице Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г., наделяется статусом «Серебрянный призер Маркетингового чемпионата Юношеской футбольной лиги сезона 2024 года».
- Клуб-Серебрянный призер награждается плакеткой (тарелкой) и дипломом РФС, а также денежным призом в соответствии с п. 13.7 Положения.
- 13.3.** Клуб, занявший третье место в итоговой турнирной таблице Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г., наделяется статусом «Бронзовый призер Маркетингового чемпионата Юношеской футбольной лиги сезона 2024 года».
- Клуб-Бронзовый призер награждается плакеткой (тарелкой) и дипломом РФС, а также денежным призом в соответствии с п. 13.7 Положения.
- 13.4.** Клубы, занявшие 4-е и 5-е места в итоговой турнирной таблице Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г., наделяются статусом «Призер Маркетингового чемпионата Юношеской футбольной лиги сезона 2024 года». Клубы-призеры награждаются дипломами РФС, а также денежными призами в соответствии с п. 13.7 Положения.
- 13.5.** РФС по запросу награждаемых Клубов награждает также их сотрудников, ответственных за участие данных Клубов в Маркетинговом чемпионате ЮФЛ сезона 2024 г. в количестве не более 5 (пяти) сотрудников на клуб.
- Клуб при наличии уважительных причин вправе мотивированно ходатайствовать перед РФС о награждении дополнительного количества сотрудников Клуба дипломами РФС за счет РФС.
- 13.6.** РФС вправе награждать индивидуальными призами руководителей и/или сотрудников Клубов.
- 13.7.** Клубы, получившие статус Победителя и Призеров Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г. награждаются денежным призом в следующих размерах:
- За 1 место 2 300 000 рублей;

- За 2 место 1 800 000 рублей;
- За 3 место 1 500 000 рублей;
- за 4 место 1 200 000 рублей;
- за 5 место 1 000 000 рублей;

Налогообложение стоимости денежных призов, предусмотренных настоящим Положением, осуществляется в соответствии с действующим законодательством РФ.

Стоимость денежных призов включает в себя все применимые налоги и сборы.

Клубы-участники Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г. - юридические лица самостоятельно и за свой счет несут ответственность за соблюдение налогового законодательства РФ в отношении полученных ими призов.

- 13.8.** Средства из Призового фонда, не распределенные между Клубами на основании настоящего Положения, остаются в распоряжении РФС.

РФС вправе по своему усмотрению изменить размер и структуру призового фонда МЧ путем издания внутреннего распорядительного документа.

- 13.9.** Денежный приз считается не востребовавшимся Клубом-Победителем/Призером в случаях, если:

- РФС не смог связаться с Клубом-Победителем/Призером МЧ в период по 31 января 2025 года включительно;
- Клуб-Победитель/Призер МЧ отказался от получения приза;
- Клубом-Победителем/Призером МЧ предоставлены неполные, недостоверные или ошибочные сведения, необходимые РФС для вручения/ передачи ему приза.

После признания приза не востребовавшимся РФС вправе выбрать другого претендента на получение приза.

- 13.10.** В случае учреждения спонсорами и/или партнерами РФС или ЮФЛ или МЧ, привлеченными РФС, дополнительных призов, иных наград и поощрений для участников Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г., эти лица самостоятельно и за свой счет несут соответствующие расходы.

**Приложение № 1 к Положению о проведении  
Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г.**

**Расписание Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г.**

**1. Расписание Туров Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г.:**

<b>Номер Тура МЧ</b>	<b>Даты Тура МЧ</b>	<b>Крайний срок предоставлени я отчетности за Тур МЧ</b>	<b>Крайняя дата подведения итогов</b>	<b>Крайняя дата публикации результатов</b>
1	01.03 – 31.03	03.04	12.04.2024	30.04.2024
2	01.04 – 30.04	03.05	16.05.2024	31.05.2024
3	01.05 – 31.05	05.06	17.06.2024	30.06.2024
4	01.06 – 30.06	03.07	12.07.2024	31.07.2024
5	01.07 – 31.07	05.08	14.08.2024	31.08.2024
6	01.08 – 31.08	04.09	13.09.2024	30.09.2024
7	01.09 – 30.09	03.10	14.10.2024	31.10.2024
8	01.10 – 31.10	05.11	14.11.2024	30.11.2024
9	1.11 – 30.11	4.11	15.12.2024	30.12.2024
Подведение итогов Маркетингового чемпионата ЮФЛ			30.12.2024	30.12.2024

- 2.** Результаты соответствующего Тура МЧ публикуются на официальных ресурсах ЮФЛ в срок, не позднее крайней даты.

**Приложение № 2 к Положению о проведении  
Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г.**

**Электронные адреса официальных групп (каналов) Клубов в социальных сетях**

<b>Клуб</b>	<b>Ссылка (ВКонтакте)</b>
ФШМ, г. Москва	<a href="https://t.me/fshm_moscow">https://t.me/fshm_moscow</a>
«Краснодар», г. Краснодар	<a href="https://vk.com/fck_academy">https://vk.com/fck_academy</a>
«Локомотив», г. Москва	<a href="https://t.me/lokomotivacademy">https://t.me/lokomotivacademy</a>
«Чертаново», г. Москва	<a href="https://t.me/s/chertanovofootball">https://t.me/s/chertanovofootball</a>
«Урал», г. Екатеринбург	<a href="https://vk.com/ural_football_academy">https://vk.com/ural_football_academy</a>
«Родина», г. Москва	<a href="https://t.me/academyfcrodina">https://t.me/academyfcrodina</a>
«Строгино», г. Москва	<a href="https://vk.com/fcstrogino_academy">https://vk.com/fcstrogino_academy</a>
«Акрон-Академия Коноплева», г.	<a href="https://vk.com/konoplev_academy">https://vk.com/konoplev_academy</a>
«Чайка», г. Ростов-на-Дону	<a href="https://t.me/chaykafc_academy">https://t.me/chaykafc_academy</a>
«Алмаз Антей», г. Санкт-Петербург	<a href="https://t.me/fcalmazantey">https://t.me/fcalmazantey</a>
«Ростов», г. Ростов-на-Дону	<a href="https://vk.com/fcrostov_academy">https://vk.com/fcrostov_academy</a>
«Рубин», г. Казань	<a href="https://t.me/academy_fc_rubin">https://t.me/academy_fc_rubin</a>

**Приложение № 3 к Положению о проведении  
Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г.**

**Требования к материалам, предоставляемым в отчетности по итогам Тура**

**1. Образец формы статистического отчета по записям, экспортированной из ВКонтакте в формате «.xls»**

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Дата	Создатель записи	Запись	Ссылка	Охват подписчиков	Виральный охват	Полный охват	Нравится	Поделиться	Комментариев	Переходы в сообщество	Подписались на страницу		
2	2023-10-01 15:36	Иванна Иванова	(Женская сборная	<a href="https://vk.com/wal">https://vk.com/wal</a>	3120	865	3985	279	6	8	31	0		
3	2023-10-03 13:17	Иванна Иванова	(Воу-воу-воу! Давай	<a href="https://vk.com/wal">https://vk.com/wal</a>	1371	445	1779	17	0	0	5	0		
4	2023-10-04 14:24	Иванна Иванова	(Дебютный сезон!	<a href="https://vk.com/wal">https://vk.com/wal</a>	2819	2222	4867	176	3	2	61	0		
5	2023-10-04 20:03	Иванна Иванова	(В конце сентября	<a href="https://vk.com/wal">https://vk.com/wal</a>	2760	824	3542	173	7	3	27	0		
6	2023-10-05 12:56	Иванна Иванова	(Какой классный	<a href="https://vk.com/wal">https://vk.com/wal</a>	2862	8530	11103	139	19	29	32	0		
7	2023-10-06 15:07	Иванна Иванова	(Вспомним, как это	<a href="https://vk.com/wal">https://vk.com/wal</a>	2853	1045	3898	162	18	3	29	0		

Отчет должен содержать следующие данные:

- а) дата записи;
- б) запись;
- в) охват записи, включая охват подписчиков, виральный и полный охват;
- г) количество реакций «нравится» к записи;
- д) количество реакций «поделиться» к записи;
- е) количество комментариев к записи.

**2. Образец скриншота из раздела «Статистика» ВКонтакте, отображающего количество участников сообщества на последнюю дату Тура (скриншот должен содержать дату и количество участников сообщества на соответствующую дату):**



**3. Образец скриншота из раздела «Статистика» в Телеграм, отображающего количество участников сообщества на последнюю дату Тура (скриншот должен содержать дату и количество участников канала на соответствующую дату):**



РОСТ

8 апр. 2023 г. - 30 мая 2023 г.



**Приложение № 4 к Положению о проведении  
Маркетингового чемпионата ЮФЛ сезона 2024 г.**

**Описание критериев по категориям и присваиваемые баллы.**

**1. Критерии категории «Болельщики».**

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы																						
F.01	Количество болельщиков	Оценивается посещаемость домашних Матчей Клубов путем определения совокупности болельщиков команд всех возрастов ЮФЛ в 1 (одном) игровом туре.	Баллы присваиваются в зависимости от количества болельщиков, диапазоны указаны в таблице:																						
			<table><tr><td>Количество болельщиков, чел.</td><td>Баллы</td></tr><tr><td>0-49</td><td>1</td></tr><tr><td>50-99</td><td>2</td></tr><tr><td>100-149</td><td>3</td></tr><tr><td>150-199</td><td>4</td></tr><tr><td>200-249</td><td>5</td></tr><tr><td>250-299</td><td>6</td></tr><tr><td>300-349</td><td>7</td></tr><tr><td>350-399</td><td>8</td></tr><tr><td>400-499</td><td>9</td></tr><tr><td>500+</td><td>10</td></tr></table>	Количество болельщиков, чел.	Баллы	0-49	1	50-99	2	100-149	3	150-199	4	200-249	5	250-299	6	300-349	7	350-399	8	400-499	9	500+	10
			Количество болельщиков, чел.	Баллы																					
			0-49	1																					
			50-99	2																					
			100-149	3																					
			150-199	4																					
			200-249	5																					
			250-299	6																					
			300-349	7																					
			350-399	8																					
			400-499	9																					
			500+	10																					

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
<b>F.02.1</b>	Проморолик предстоящих матчей	Подготовка и публикация Клубом на официальном сайте и/или на своих официальных страницах в социальных сетях проморолика матчей предстоящего тура. Ролик должен быть длительностью не менее 30 секунд	1 балл за ролик Оценивается 1 ролик для всех возрастов
<b>F.02.2</b>	Выступление творческих коллективов	Организация выступления музыкального и/или танцевального коллектива, сольное выступление артиста перед или в перерыве матча	1 балл за всю программу
<b>F.02.3</b>	Проведение конкурсов для болельщиков	Проведение офлайн конкурса с болельщиками в перерыве или перед матчем в чаше стадиона	1 балл за все конкурсы
<b>F.02.4</b>	Организация питания	Организация питания на матче, при этом вендинговые аппараты за точки питания не считаются.	2 балла за специально организованный фудкорт (дом на колесах, палатка с продажей еды). Количество точек питания не влияет на баллы
<b>F.02.5</b>	Организация развлекательной программы для болельщиков до матча	Например: - фотозона, аквагрим, рисование плакатов	1 балл за всю программу активностей

## 2. Критерии категории «Социальные сети».

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы																				
S.01.	Количество подписчиков	Учитывается показатель роста количества подписчиков в социальной сети Клуба (ВКонтакте или Телеграм), рассчитываемый как увеличение количества подписчиков в официальном сообществе (канале) Клуба в абсолютных числах на конец Тура МЧ относительно количества подписчиков на конец предыдущего Тура МЧ	0,5 балла за каждые 100 подписчиков, Диапазоны указаны в таблице:																				
			<table><tr><th>Диапазон пользователей, чел.</th><th>Балл</th></tr><tr><td>0 – 99</td><td>0,5</td></tr><tr><td>100 – 199</td><td>1</td></tr><tr><td>200 – 299</td><td>1,5</td></tr><tr><td>300 – 399</td><td>2</td></tr><tr><td>400 – 499</td><td>2,5</td></tr><tr><td>500 – 599</td><td>3</td></tr><tr><td>600 – 699</td><td>3,5</td></tr><tr><td>700 – 799</td><td>4</td></tr><tr><td>800 – 899</td><td>4,5</td></tr></table>	Диапазон пользователей, чел.	Балл	0 – 99	0,5	100 – 199	1	200 – 299	1,5	300 – 399	2	400 – 499	2,5	500 – 599	3	600 – 699	3,5	700 – 799	4	800 – 899	4,5
			Диапазон пользователей, чел.	Балл																			
			0 – 99	0,5																			
			100 – 199	1																			
			200 – 299	1,5																			
			300 – 399	2																			
			400 – 499	2,5																			
			500 – 599	3																			
			600 – 699	3,5																			
			700 – 799	4																			
800 – 899	4,5																						

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы	
			900 – 999	5
			1000+	5,5
<b>S.02.</b>	Коэффициент вовлеченности (ER)	<p>Оценивается показатель активности пользователей в социальных сетях Клуба, рассчитываемый по следующей формуле:</p> $\frac{\text{Сумма всех реакций за анализируемый период (лайки/реакции, комментарии, репосты)}}{\text{Кол-во дней в анализируемом периоде}} \times \frac{\text{Кол-во подписчиков на дату подсчета}}{\text{Кол-во подписчиков на дату подсчета}} \times 100\%$	<p>Максимально – 3 балла.</p> <p>Если показатель равен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 0-1,49%, то 0 баллов</li> <li>- 1,5 - 2%, то 1 балл</li> <li>- от 2% до 3%, то 2 балла</li> <li>- больше 3%, то 3 балла</li> </ul>	

**3. Критерии категории «Продвижение»: Р.01 «Работа с партнерами», Р.02 «Лидеры мнения», Р.03 «Игроки ЮФЛ в медиа» и Р.04 «Специальные проекты».**

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
<b>Р.01.</b>	<b>Партнеры и спонсоры</b>	<p>Привлечение Клубом партнеров (спонсоров) и работа с ними.</p> <p>Партнерства должны быть документально подтверждены – договор, официальное письмо или иные подтверждающие документы. Засчитываются проекты, не входящие в Matchday программу.</p> <p>Проект предполагает проведение совместного мероприятия, акции, активации с партнером клуба (конкурс, розыгрыш, офлайн-мероприятие и др.)</p> <p>Однотипные активации с одним и тем же партнером в течение Тура приравниваются к одному проекту.</p>	<p>1-2 проекта = 1 балл;</p> <p>3-5 проектов = 3 балла;</p> <p>6+ = 5 баллов.</p>
<b>Р.02.</b>	<b>Лидеры мнения</b>	Баллы начисляются по сумме проектов, соответствующих подкритериям Р.02.1-Р.02.3.	<p>1-2 проекта = 1 балл</p> <p>3-5 проектов = 3 балла</p> <p>6+ = 5 баллов.</p>
<b>Р.02.1.</b>	Лидеры мнений	Привлечение лидеров мнений (актеров, музыкантов, блогеров), обладающих собственной аудиторией в размере не менее 3 000 подписчиков в одной из соц. сетей) к поддержке клуба, которая должна включать в себя проведение совместных оффлайн и/или онлайн активаций, например, пост о предстоящем и (или) прошедшем матче в социальных сетях блогеров, присутствие на матче, сопровождающееся публикацией историй и постов в социальных сетях блогера и Клуба, съемки роликов о жизни клуба с участием блогера.	

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
		Активация предполагает размещение информации о Клубе на ресурсах лидера мнений в сети Интернет с обязательным размещением активных ссылок на Клуб. Каждая активация освещается отдельно. Однотипные активации с одним и тем же лидером в течение одного Тура приравниваются к одному проекту.	
<b>P.02.2.</b>	Ветераны футбола и/ или действующие футболисты	Приглашение на матч ветеранов футбола или действующих футболистов. Взаимодействие должно включать в себя приветственную речь от приглашенного лица и (или) первый удар по мячу. Клуб на своих ресурсах дает информацию про данное приглашенное лицо. Независимо от количества приглашенных гостей на один игровой тур все приглашения засчитывается за один проект.	
<b>P.02.3.</b>	Видеопривет команде	Публикация в социальных сетях Клуба видеосообщения с напутственными словами перед игрой команде от действующих игроков основного клуба/ ветеранов/ блогеров/ актеров/ певцов и публикация материала в их соцсетях (при наличии). Независимо от количества видео или участвующих гостей в видео для одного игрового тура все видео/ участники видео засчитываются за один проект.	
<b>P.03.</b>	<b>Появление игроков ЮФЛ в медиа</b>	Баллы начисляются по сумме проектов, соответствующих подкритериям P.03.1-P.03.3.	1-2 проекта = 1 балл 3-5 проектов = 3 балла 6+ = 5 баллов.
<b>P.03.1.</b>	Участие в медиа проектах	Не учитываются проекты, выходящие на ресурсах Лиги. Проект предполагает участие представителей Клуба (не менее 2 игроков или не менее 2 представителей персонала) в телевизионных, интернет и радио-программах (шоу), подкастах, выпускаемых сторонними организациями, при соблюдении следующих условий: - Количество подписчиков сообщества (группы, канала), на котором публикуется интернет-шоу или подкаст, должно быть не менее 3 (трех) тысяч пользователей. - Обязательно упоминание Клуба, представителем которого является участник программы, шоу, подкаста, в социальных сетях организатора.	
<b>P.03.2.</b>	Статьи в СМИ	Публикация статей в СМИ (ресурс должен иметь сайт или портал, печатное издание,	

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
		<p>количество подписчиков в одной из социальных сетей/блоге от 5 тысяч) об участии Клуба в ЮФЛ (не включая публикации в клубных СМИ).</p> <p>Под СМИ не учитываются социальные сети</p> <p>Пример СМИ: Sports, Championat.com, газеты, сайт города и другое.</p> <p>Если один инфоповод используется в публикациях в разных СМИ, то такие публикации приравниваются к одному проекту.</p>	
<b>P.03.3.</b>	Статьи в социальных сетях	<p>Публикация статей в пабликах ВК и/или ТГ об участии Клуба в ЮФЛ (за исключением публикаций в клубных ресурсах).</p> <p>Если один инфоповод используется в разных социальных сетях и/или сообществах/каналах, то такие публикации приравниваются к одному проекту.</p>	
<b>P.04.</b>	<b>Специальные проекты</b>	Баллы начисляются по сумме проектов, соответствующих подкритериям P.04.1-P.04.6.	
<b>P.04.1.</b>	Региональные и муниципальные мероприятия	<p>Участие Клуба в проводимых региональной или муниципальной властью или местными общественными организациями мероприятиях, например, мероприятиях в честь дня города, 9 мая или иных официальных праздников.</p> <p>Обязательно размещение информации на ресурсах Клуба.</p>	<p>2 балла за каждое мероприятие, но не более 2 мероприятий за Тур МЧ.</p> <p>Максимальный балл = 4.</p>
<b>P.04.2.</b>	Мероприятия лиги	<p>Участие Клуба в маркетинговых активациях, проводимых ЮФЛ.</p> <p>Клуб делает пост в своих социальных сетях и отмечает Лигу.</p>	
<b>P.04.3.</b>	Проекты по социальной ответственности и устойчивому развитию	<p>Организация Клубом мероприятий социальной направленности, связанных с поддержкой незащищенных групп населения, защитой природы и другими аналогичными направлениями при участии игроков, тренеров, иных официальных лиц Клуба и болельщиков Клуба.</p> <p>Размещение информации о проекте под брендом «ЮФЛ Забота» в социальных сетях Клуба, использование хештега <b>#ЮФЛЗабота</b> в тексте публикации.</p>	
<b>P.04.4.</b>	Специальные мероприятия с болельщиками	<p>Организация и проведение Клубом за свой счет или за счет партнеров специального мероприятия с болельщиками, например:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– торжественное представление игроков и тренеров команды, и/или</li> </ul>	

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
		<ul style="list-style-type: none"> <li>– проведение организованной встречи футболистов и/или работников клуба с болельщиками, и/или</li> <li>– проведение товарищеских матчей команды с болельщиками, и/или</li> <li>– другие аналогичные мероприятия, в которых задействованы игроки/тренеры и болельщики клуба.</li> </ul> <p>Все активности должны сопровождаться информацией в социальных сетях Клуба.</p>	
<b>P.04.5.</b>	Взаимодействие со школами	<p>Взаимодействие Клуба с организациями спортивной подготовки и общеобразовательными учреждениями (школами) в целях увеличения посещаемости Матчей и расширения аудитории болельщиков, например:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организованное присутствие воспитанников спортивных школ или учеников общеобразовательных учреждений (школ) на трибунах на домашних матчах клуба (участие в Matchday) программе, и/или</li> <li>– организация и проведение мастер-классов для воспитанников спортивных школ или учеников общеобразовательных учреждений (школ) вне Matchday программы или организация совместных мастер-классов, в том числе в рамках Matchday программы.</li> </ul> <p>Для целей выполнения настоящего критерия в указанных выше мероприятиях должны принимать участие не менее 2 приглашенных гостей от одной организации на 1 мероприятие</p>	
<b>P.04.6.</b>	Проведение конкурсов (самостоятельно, без интеграции партнеров)	<p>Проведение Клубом онлайн конкурсов (розыгрышей) с вручением призов в социальных сетях Клуба, например:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– угадать счет матча или автора гола;</li> <li>– творческие конкурсы и пр.</li> </ul> <p>Требования к конкурсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проведение конкурса должно длиться минимум 5 дней,</li> <li>- минимум 4 поста/истории (один пост из которых начало конкурса, второй пост - подведение итогов)</li> </ul> <p>Конкурс учитывается в Туре МЧ только после подведения итогов.</p> <p>Конкурс проводится самостоятельно без интеграции партнера. Если партнер участвует в конкурсе, то активация относится к критерию 3.1.1.</p>	

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
<b>Р.04.7.</b>	Мастер-классы	<p>Организация мастер-классов, образовательных и (или) воспитательных мероприятий для игроков Клуба или участие игроков в подобных мероприятиях, проводимых сторонними организациями.</p> <p>Участие должны принимать не менее 7 игроков Клуба.</p> <p>Обязательно размещение информации о проведенном мероприятии в социальных сетях Клуба с отметкой ЮФЛ.</p>	

#### 4. Критерии категории «Трансляции»

№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы																						
Т.01.	Трансляции	Оценивается средний показатель количества просмотров в отчетном периоде, высчитываемый на основании показателей просмотров всех домашних матчей всех возрастов участия в ЮФЛ в соответствующем Туре МЧ.	Баллы начисляются по итогам Тура МЧ, согласно диапазонам, указанных в таблице:																						
			<table><tr><th>Диапазон просмотров</th><th>Балл</th></tr><tr><td>500 - 999</td><td>1</td></tr><tr><td>1 000 -1 999</td><td>2</td></tr><tr><td>2 000 – 4 999</td><td>3</td></tr><tr><td>5 000 – 9 999</td><td>4</td></tr><tr><td>10 000 – 24 999</td><td>5</td></tr><tr><td>25 000 – 49 999</td><td>6</td></tr><tr><td>50 000 – 74 999</td><td>7</td></tr><tr><td>75 000 – 99 999</td><td>8</td></tr><tr><td>100 000 -149 999</td><td>9</td></tr><tr><td>150 000+</td><td>10</td></tr></table>	Диапазон просмотров	Балл	500 - 999	1	1 000 -1 999	2	2 000 – 4 999	3	5 000 – 9 999	4	10 000 – 24 999	5	25 000 – 49 999	6	50 000 – 74 999	7	75 000 – 99 999	8	100 000 -149 999	9	150 000+	10
			Диапазон просмотров	Балл																					
			500 - 999	1																					
			1 000 -1 999	2																					
			2 000 – 4 999	3																					
			5 000 – 9 999	4																					
			10 000 – 24 999	5																					
			25 000 – 49 999	6																					
			50 000 – 74 999	7																					
			75 000 – 99 999	8																					
			100 000 -149 999	9																					
150 000+	10																								
Если просмотры превышают 199999, то за каждые последующие 50000 просмотров начисляется 2 балла.																									
Т.01.1	Количество камер	Количество камер, задействованных в обеспечении каждой из трансляций соответствующего Тура МЧ превышающее 1 (одну)	1 дополнительный балл за весь Тур МЧ																						



№	Критерий	Описание	Присваиваемые баллы
<b>T.01.2</b>	Наличие комментатора	Наличие комментатора на каждой из трансляций соответствующего Тура МЧ	1 дополнительный балл за весь Тур МЧ
<b>T.01.3</b>	Ресурсы размещения трансляций	Каждая Трансляция домашних матчей хотя бы одного возраста соответствующего Тура проходит в официальных социальных сетях Клуба (ВКонтакте или Youtube), который при этом является профессиональным футбольным клубом, структурное подразделение которого является участником ЮФЛ, или который является аффилированным профессиональным футбольным клубом	2 дополнительных балла за Тур МЧ (не зависит от показа всех возрастов)
		Для команд «Мастер-Сатурн», СШОР «Зенит», «ФШМ», «Алмаз Антей» трансляция домашних матчей должно размещаться на региональном ТВ при условии предоставления справки о просмотрах трансляции хотя бы одного матча любого возраста за соответствующий Тур МЧ	2 балла за Тур (не зависит показали 1 возраст или все 3).
		Для всех Клубов при размещении записи игры на ТВ и предоставлении справки о просмотрах начисляется 1 (один) дополнительный балл. Учитывается только 1 (один) показ записи игры на ТВ в Туре МЧ	1 балл за Тур