

Команда блогеров бросает вызов традиционному футболу

В России людей, ничего не слышавших про «Амкал», с каждым днем становится все меньше. Любительский клуб, обладающий полноценным контрактом с фирмой «Adidas» и многомиллионной аудиторией в интернете, продолжает разрывать шаблоны. Эта московская команда принимает участие в международных матчах, а ее игровая форма даже попала в симулятор FIFA 20. Чтобы посетить игру «Амкала», придется попотеть – куда бы ни приехали эти ребята, билеты разлетаются с невероятной скоростью. У кого-то такой ажиотаж вызывает недоумение, а некоторые считают этот проект феноменом российского футбола. В любом случае равнодушных к нему почти нет.

Идейный вдохновитель

Можно с уверенностью говорить, что без Германа Попкова «Амкал» не появился бы на свет. Раньше об этом парне не знал никто, а сейчас его Youtube-канал «German El Classico» насчитывает 2,6 миллиона подписчиков. Это рекордный показатель среди спортивных блогеров России.

Попков пробовал себя в профессиональном футболе – успел поиграть за «Римини» в итальянской Серии С, но однажды надорвал связки голеностопа. После восстановления он решил закончить карьеру, стал блогером и собрал команду из коллег по цеху.



Фото: Instagram Германа Попкова

Поначалу, чтобы попасть в состав, не требовалось обязательно иметь футбольные данные. Однако на второй год существования «Амкал» пополнился ребятами, играющими в уличный футбол, и даже фристайлерами. Благодаря тому, что в команде оказалось много креативных людей, продукт получил красивую обертку.

Клуб начал устраивать матчи, играя против телекомментаторов, комиков и бывших профессиональных футболистов. На организацию одной такой встречи уходило до ста тысяч рублей, но все расходы и усилия окупались – интерес со стороны общественности рос с каждым днем. При таких раскладах медийный успех становился лишь делом времени.

Новые горизонты

Когда командой заинтересовался «Adidas», стало понятно, что работа движется в верном направлении. Компания не побоялась сотрудничества с экзотическим проектом и сделала для «Амкала» 500 футболок. Все они были раскуплены за пять дней. Теперь «Adidas» оплачивает организацию матчей, логистику и даже предоставил клубу брендированный автобус.

В 2019-м у команды появился профессиональный тренер. Возглавил ее Игорь Зубко – экс-футболист «Зенита» и «Урала», который отыграл больше 200 матчей в чемпионате России, тренировал волжское «Торпедо», «Карелию» и «Коломну». Интересно, что за работу с «Амкалом» специалист не получает денег – в благодарность клуб финансово поддерживает детскую школу Зубко и рекламирует ее в своих социальных сетях. До его прихода тренировки у блогеров носили формальный характер, но теперь все изменилось: ребята выполняют полноценные комплексы упражнений и просматривают обучающие видео.

Стоит отметить, что в клубе нет зарплат, но это не мешает игрокам находить мотивацию. Впрочем, с таким спросом на матчи это неудивительно. Одну из игр «Амкала» в свое время даже показывал спортивный канал России «Матч Премьер».

Ну а уж посещаемость заслуживает отдельных похвал. В Калининграде на встрече с «Балтикой» «Амкал» установил личный рекорд – почти 5,5 тысяч зрителей на трибунах! Блогеры играли против резервного состава, и на эту игру пришло больше людей, чем приходило на многие матчи основы «Балтики» в ФНЛ.

Работа с болельщиками

Основную аудиторию «Амкала» составляют юные фанаты, которые активно следят за клубом в соцсетях. К их радости, контент часто обновляется – видеоролики с тренировок, поездок на матчи и баталей в симулятор FIFA радуют болельщиков регулярно.

Интерес молодого поколения к проекту логичен. *«Герман, Нечай, Кефир и Ставр для меня такие же кумиры, как Азар или Смолов. Только они ближе. Могу прийти на матч и спокойно попросить автограф на футболку. С Азаром и Смоловым такое вряд ли получится»* – говорит 13-летний болельщик «Амкала» Рома. Теперь у ребят есть кумиры, получить доступ к которым не так уж и трудно. Разве это не маркетинговый прорыв?

Клуб вообще заботится о своих фанатах по максимуму. Билеты на игры – бесплатные. Главная трудность – успеть зарегистрироваться на сайте и получить приглашение, ведь их количество ограничено и зависит от вместимости принимающего стадиона.



Фото: Instagram Германа Попкова

Уровень организации матчей везде, где играет «Амкал», ничем не уступает большому футболу: буфет, туалеты, скорая помощь, стюарды. После матча пять игроков обязательно идут на фотосессию и раздают автографы. Спрос аудитории настолько мощный, что иногда эта акция затягивается на несколько часов.

Однако не стоит думать, что взрослых людей на матчах «Амкала» совсем нет. Команда пользуется популярностью даже за пределами блогерского мира, в том числе и в большом футболе. Например, защитник «Манчестер Сити» Александр Зинченко в одном из матчей отпраздновал гол, изображая баскетбольный бросок – это любимая «фишка» Попкова. Украинец решил таким образом поздравить Германа с днем рождения и подтвердил догадку зрителей на этот счет в своем Инстаграме.

Первый выезд за границу

28-го сентября 2019-го года «Амкал» отправился в соседнюю Беларусь, где провел матч с болельщиками минского «Динамо». Почти 3000 билетов на стадион ФК «Минск» разошлись за 15 минут – после открытия регистрации на игру сайт клуба зарегистрировал 22 000 посещений! Белорусская сторона настолько впечатлилась спросом на мероприятие, что не исключила в будущем проведение еще одного матча, но уже на главном стадионе страны, «Динамо», вмещающем 23 000 зрителей.

Встреча с командой «Made in Minsk» стала богатой на события. Хозяева представили довольно сыгранный состав, имеющий опыт выступлений на различных любительских турнирах, и усилил его бывшим защитником сборной Беларуси Артемом

Челядинским. В итоге игра закончилась счетом 3:3, а в серии пенальти минчане оказались сильнее.

К слову, после игры Герман Попков был нарасхват не только у болельщиков, но и у прессы. Дело в том, что еще будучи игроком он мог оказаться в чемпионате Беларуси – нападающим интересовался гродненский «Неман». Герман три месяца тренировался с их дублем, но решил уехать в Россию из-за слабых финансовых возможностей клуба.

Скандал на почве расизма

К сожалению, поездка в Минск закончилась не только позитивными эмоциями. Типичная для современного футбола проблема просочилась даже на мероприятие дружеского уровня. В столице Беларуси темнокожий игрок «Амкала» Джефф «Бабатумба» Оморгобе столкнулся с расизмом, когда двое футболистов из состава «Made in Minsk» решили показательно проигнорировать Джеффа на традиционном рукопожатии команд. Досталось и Александру Андрееву, волосы которого были выкрашены в клубные цвета. Судя по всему, консервативное общество некоторых стран по-прежнему не готово принимать современный мир. Ситуация вызвала широкий резонанс в прессе и сильно задела гостей.

«На футбольном поле со мной такое впервые. В жизни я, конечно, встречал бытовой расизм, но очень давно. И реагировал на его проявления резко – если обижали, всегда давал сдачи. А тут все пришлось держать в себе – все-таки чужой город, история могла плохо закончиться. Из-за эмоций у меня многое не получалось в матче» – рассказал Джефф после игры.



Фото: Instagram Джеффа Оморгобе

Интересно, что на трибунах были замечены представители ультрас минского «Динамо», в цели которых явно входила провокация. Взрослые мужчины лет сорока

изображали крики обезьян и даже позволяли себе открыто оскорблять детей, болеющих за «Амкал». Да и игроки «Made in Minsk» решили не отставать и на протяжении всего матча стелились в жестких подкатах, даже когда это было неуместно. После встречи «Амкал» был приглашен минским «Динамо» на общий ужин, но российские футболисты от приглашения отказались.

Адекватные болельщики и спортивный директор «Динамо» извинились за случившееся и попросили не ассоциировать город с кучкой недалеких людей. И если верить игрокам «Амкала», они все равно остались довольны поездкой в Минск – ведь, несмотря ни на что, футбольный праздник устроить удалось. Хорошо, если это действительно так. Тем не менее, второй матч между этими командами имеет призрачные перспективы.

Мы «Амкал», а вы – нет!

Именно так звучит главный слоган клуба. Эту фразу случайно придумал вратарь команды Евгений Спиряков, как-то раз выкрикнувший ее на тренировке, и она настолько прижилась, что красуется теперь на всех болельщических плакатах. У «Амкала» даже есть свой гимн, в котором используются эти слова. [Видеоклип на Youtube](https://www.youtube.com/watch?v=REe-jGj5cko) (<https://www.youtube.com/watch?v=REe-jGj5cko>), кстати, собрал почти шесть миллионов просмотров.



Фото: социальные сети «Амкала»

Сейчас «Амкал» готовится к своему пятому сезону, в котором, как правило, играет 10-12 матчей. *«Никакой глобальной цели у нас нет. Речь идет о блогерах, которые решили доказать зрителям, что умеют не только обсуждать футбол в интернете, но и играть»*

в него. Мы на собственном примере доказываем, что можно заниматься любимым делом не только за деньги, но и ради удовольствия», – говорит Герман Попков.

Здесь, правда, основатель «Амкала» немного лукавит. Многие футболисты команды, благодаря этому проекту, стали довольно успешными в финансовом плане. Количество подписчиков в аккаунтах клуба постоянно растет, а с ними растут и рекламные доходы. Защитник Артем Нечаев однажды заявил, что зарабатывает около 500 тысяч рублей в месяц – огромные по российским меркам деньги.

Несмотря на большой ажиотаж вокруг матчей «Амкала», у команды довольно много хейтеров. Возможно, это простая зависть, а может, кто-то искренне считает этих ребят выскочками. Но так ли это важно? Клуб уже почти три года исправно выполняет свою главную роль – популяризирует футбол в стране. Подает его в необычном формате. Заманивает молодежь на стадионы. Обращает внимание на социальные проблемы – ведь после поездки в Минск игроки в блогах открыто обсуждали тему расизма и не боялись своих высказываний.

Перечислять можно долго. Но факт остается фактом – такие проекты делают спортивный мир чуточку ярче и разнообразней.