

ДМИТРИЙ ЕФИМОВ: ВСТРЕТИТЬСЯ БЫ С ТОМСКИМ ГУБЕРНАТОРОМ...

70 КЛУБОВ В ОДНОМ НАЦИОНАЛЬНОМ СОРЕВНОВАНИИ — ЭТО ВООБЩЕ-ТО САМАЯ МАСШТАБНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА В МИРЕ, НА КНИГУ РЕКОРДОВ ГИННЕССА ТЯНЕТ. СОЗДАТЬ ТАКОЕ, ДА ЕЩЕ И НЕКОММЕРЧЕСКОЕ, ЧУДО ЗА ПЯТЬ ЛЕТ — ЕСЛИ БЫ ЭТОГО КЕЙСА НЕ БЫЛО, ТО ЕГО СТОИЛО БЫ ПРИДУМАТЬ. И ОБЯЗАТЕЛЬНО ДЛЯ ИСТОРИИ ОПРОСИТЬ ЕГО РОДИТЕЛЯ. ЧТО МЫ СЕЙЧАС И СДЕЛАЕМ В ИНТЕРВЬЮ С БЕССМЕННЫМ УПРАВЛЯЮЩИМ ДИРЕКТОРОМ МОЛОДЕЖНОЙ ХОККЕЙНОЙ ЛИГИ (МХЛ) ДМИТРИЕМ ЕФИМОВЫМ.

О СТАРТАПЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО МАСШТАБА

— Американский диплом MBA, работа в Procter & Gamble, Danone и Coca-Cola — сдается мне, вы, что называется, до мозга костей бизнесовый человек?

— Так и есть.

— И что же такого человека привело в некоммерческое партнерство, коим с рождения является МХЛ?

— Да, это был стартап. Но подкупало, что это был стартап с грандиозными задачами. Мостик от школьного хоккея до взрослого профессионального отсутствовал как класс. Вместо него был старенький паром в виде фарм-клубов. Пять лет назад нам, по сути, в чистом поле предстояло построить конвейер по производству хоккеистов для всей страны. Государственный масштаб проблемы не мог не вдохновлять.

— И не мог не пугать. С чего решили строить мост, с каких опор?

— Благо, с первых дней мы не остались с проблемами один на один: все-таки учредителями МХЛ стали Континентальная хоккейная лига (КХЛ), ее клубы и Федерация хоккея России (ФХР). Было принято решение об обязательном создании клубами КХЛ молодежных команд.

— Чисто российский стартап: спустили указивочку — и дело в шляпе.

— Во многих успешных проектах без стартовой диктатуры менеджмента было не обойтись. К тому же в нашей ситуации мало было заставить — надо было проконтролировать, привести проекты к общему знаменателю, стандартизировать продукт по всем статьям: чтобы играли на комфортных, хорошо освещенных площадках, пригодных для качественных телетрансляций, чтобы четко соблюдался регламент...

О ТОМСКОМ НЕРАВЕНСТВЕ

— Ну а серьезно, вот зачем и без того не жирнущей КХЛ вдруг понадобилась некоммерческая подлига?

— Затем, что КХЛ смотрела на несколько шагов вперед. Да, МХЛ не будет зарабатывать, но зато впоследствии она произведет продукт — игроков для КХЛ, от которых будет зависеть все. Вы же согласитесь — в бизнес нужно инвестировать сегодня, чтобы получить прибыль завтра. В прошлом году в КХЛ играли уже 260 наших выпускников. Ну а количество клубов МХЛ с первоначальных 22 увеличилось до 70, включая зарубежные. Создавать свои молодежные команды стали клубы Высшей хоккейной лиги, появились абсолютно ни с кем не аффилированные новые команды, были приняты в лигу иностранные участники. Особенно приятно видеть, когда инициатива создания

НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КЛУБА ГРУППЫ «А» ТРЕБУЕТСЯ 30–40 МЛН РУБ., БЮДЖЕТ ДЛЯ ГРУППЫ «Б» ЕЩЕ СКРОМНЕЕ — 15–20 МЛН РУБ.



команды исходит из самого региона — так было с Сахалином, Ленинградской областью, сейчас Мурманск движется в этом направлении. Все это доказывает, что МХЛ сделала себе доброе имя, раз в ней рвутся играть.

— Но в большинстве случаев вам, видно, самим приходится выезжать «в поля», уговаривать власти города или области сделать команду?

— Не уговаривать, а объяснять необходимость, обрисовывать перспективы, убеждать... Это в том числе наша работа.

— Чем заманиваете?

— Разумностью сочетания «цена/качество»: на функционирование клуба группы «А» надо 30–40 млн руб., бюджет для группы «Б» еще скромнее — 15–20 млн руб.. Зато в регионе появляется полноценная команда, участвующая в крупном международном проекте. Вокруг нее можно выстраивать определенный соци-

ум, работать с ним, растить профессиональных спортсменов и пропагандировать здоровый образ жизни.

— Наверняка есть какая-то стратегия развития. Куда курс держите — на Запад ли, на Восток ли?

— Подходим пока прагматически: идем туда, где уже есть готовая инфраструктура — хоккейная школа, ледовый дворец. У нас ведь в стране чуть больше 450 школ, а клубов МХЛ всего 60. Представляете, какой фронт работ впереди?

— Ну вы замахнулись...

— Ничего сверхъестественного! Скажем, в Канаде 551 молодежная команда, в США — 614. Если мы хотим конкурировать с этими странами на взрослом уровне, то надо и здесь подтягиваться. У нас 85 федеральных округов, а МХЛ присутствует лишь в 35. Я, например, хотел бы пообщаться с томским губернатором, чтобы спросить: как это в таком мощном сибирском крае может быть не

представлен национальный вид спорта? Почему жители этого региона в этом смысле находятся в совершенно неравных условиях с Омском, Новосибирском? Разве это справедливо?

О РАВНЕНИИ НА КАНАДУ И АЗИАТСКОМ КУРСЕ

— Ладно, с нашими национальными интересами понятно, но зачем мы иностранцев-то подтягиваем? Причем не только соседей — молдаван, белорусов, но и самых настоящих австрийцев из зальцбургского «Ред Булла». Так глубоко в западную Европу даже КХЛ не забиралась...

— Команды, представляющие разные хоккейные школы, повышают не только статус нашего соревнования, но и его качество, зрительский интерес к нему. Согласитесь, что разным хоккейным школам Европы есть чем с нами поделиться, а матчи с европейскими командами вызывают особый интерес у зрителей. Кроме этого не будем забывать, что наш контингент — подростки. Как любые молодые люди, они жаждут познавать мир, побывать в разных странах. Когда лига дает им такую возможность, это еще один аргумент для наших парней оставаться на родине и играть дома. Сейчас мы, раскрою карты, подумываем и об азиатской экспансии. Надо понимать, что логистически тем же дальневосточникам было бы сподручнее почаше играть со своими соседями. Создание так называемых автобусных лиг или дивизионов по канадскому образцу могло бы не только существенно снизить финансовую нагрузку на клубы, но и высвободить драгоценное время для тренировок, которые для юных хоккеистов априори важнее, чем для взрослых.

— Себе МХЛ, как я понимаю по наличию существенного спонсорского пула, тоже всеми силами пытается снизить финансовую нагрузку?

— Да, это в том числе одна из задач менеджмента МХЛ. Ведь КХЛ обеспечивает нам 52% бюджета, еще 28% составляют членские взносы клубов (900 тыс. руб. платит клуб категории «А» и 450 тыс. руб. — категории «Б»). — «Б-Спорт»), остальные 20% нам необходимо зарабатывать самим. И мы справляемся: титульным спонсором в этом сезоне является автокомпания Datsun, в партнерах у МХЛ также глобальные бренды — Pepsi, Lays...

— И все равно нет ни малейшего шанса вывести наш молодежный хоккей хотя бы в минимальную прибыль?

— Почему? В той же Канаде молодежный хоккей прибыльная штука — одни ТВ-права чего стоят! Но они наращивали этот бизнес 80 лет, мы же пока проводим только шестой сезон...

Беседовал АЛЕКСАНДР ЗИЛЬБЕРТ



ЛИЧНОЕ ДЕЛО ДМИТРИЙ ЕФИМОВ

Родился 12 августа 1972 года.

Окончил МГУ имени Ломоносова. Получил степени бакалавра и магистра деловой администрации (MBA) Питсбургского университета (США). Работал в компаниях Procter & Gamble, Danone и Coca-Cola в России, США и на Украине. В 2005-м был коммерческим директором ФК «Шахтер» (Донецк). С 2007-го — вице-президент ФК «Локомотив» (Москва).

26 марта 2009 года общим собранием МХЛ избран управляющим директором и переизбран на третий срок весной 2014 года.

Эксперт комитета Государственной думы Российской Федерации по физической культуре, спорту и делам молодежи.

Член исполнительного комитета Федерации хоккея России, член комитета проведения соревнований Международной федерации хоккея.



ДОСЬЕ МОЛОДЕЖНАЯ ХОККЕЙНАЯ ЛИГА

Некоммерческое партнерство МХЛ создано 26 марта 2009 года. Его учредителями выступили 20 профессиональных клубов КХЛ, холдинг КХЛ и ФХР. В настоящий момент лига объединяет молодых хоккеистов в возрасте от 17 до 20 лет, выступающих за 70 команд из России, Австрии, Белоруссии, Казахстана, Латвии, Литвы, Молдавии и Чехии. Главный трофей чемпионата — Кубок Харламова. С сезона 2011/12 в рамках МХЛ параллельно с основным чемпионатом лиги создано первенство МХЛ для молодежных команд клубов Высшей хоккейной лиги и тех, кто не имеет взрослой команды.

