



НОВЫЕ ВЫЗОВЫ  
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

# БУКЕТ ЭМОЦИЙ: ЛУЧШИЕ МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦВЕТОВ РОССИИ



# СОДЕРЖАНИЕ



**КЛЮЧЕВЫЕ  
ВЫВОДЫ**  
02



**ВВЕДЕНИЕ**  
03



**РЫНОК СРЕЗАННЫХ  
ЦВЕТОВ В РОССИИ**  
Текущее состояние  
04



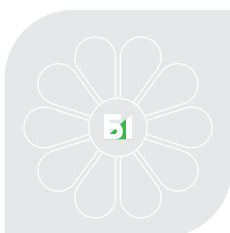
**ТОРГОВЛЯ СРЕЗАННЫМИ  
ЦВЕТАМИ В ЕВРОПЕ**  
Особенности крупнейшего  
рынка  
06



**ОПЫТ НИДЕРЛАНДОВ**  
Практики ведения бизнеса  
на старейшем в мире рынке  
цветов  
14



**БУДУЩЕЕ РЫНКА  
СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ  
В РОССИИ**  
Вызовы и возможности  
22



**УСЛУГИ Б1  
ПО ПОДДЕРЖКЕ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ  
ПРЕДПРИЯТИЙ**  
24



**КОНТАКТНАЯ  
ИНФОРМАЦИЯ**  
25

# КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ



**СНИЖЕНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ЦВЕТОЧНОГО БИЗНЕСА ОТ ИМПОРТА С 78% (ТЕКУЩИЙ УРОВЕНЬ) ДО 60% К 2030 Г. ВОЗМОЖНО ЗА СЧЕТ РАСШИРЕНИЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРОИЗВОДСТВА (ЦВЕТЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА, РЕДКИЕ ВИДЫ). РЕАЛИЗАЦИЯ ЭТОЙ СТРАТЕГИИ МОЖЕТ БЫТЬ ОСНОВАНА НА АНАЛОГИЧНОЙ УСПЕШНОЙ ПРАКТИКЕ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ.**



**ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ ПО ЕВРОПЕЙСКИМ СТАНДАРТАМ УПРАВЛЕНИЯ ХОЛОДИЛЬНОЙ ЦЕПЬЮ СПОСОБНА ОБЕСПЕЧИТЬ ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА И СНИЖЕНИЕ ПОТЕРЬ ПРОДУКЦИИ.**



**ИНВЕСТИЦИИ В ЦИФРОВУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ B2B- И B2C- ПЛАТФОРМ, ВКЛЮЧАЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ПРОДАЖ И УПРАВЛЕНИЯ ПОСТАВКАМИ, НЕОБХОДИМЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ТОВАРОБОРОТА.**



**СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАЧЕСТВА И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ ПОЗВОЛИТ РОССИЙСКИМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ КОНКУРИРОВАТЬ В ПРЕМИУМ-СЕКМЕНТЕ И ПОЛУЧИТЬ ДОСТУП К ЭКСПОРТНЫМ РЫНКАМ.**



**КЛАСТЕРИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПО РЕГИОНАЛЬНОМУ ПРИНЦИПУ (ПО АНАЛОГИИ С ЕВРОПЕЙСКИМИ МОДЕЛЯМИ) – НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИКИ И ДИСТРИБУЦИИ.**



**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ СТРАН С РАЗВИТЫМ РЫНКОМ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ ПРЕДПОЛАГАЕТ ГОСУДАРСТВЕННУЮ ПОДДЕРЖКУ ОТРАСЛИ, В ЧАСТНОСТИ МЕЛКИХ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ.**



# ВВЕДЕНИЕ

Рынок срезанных цветов в последние годы активно меняется, следуя запросам потребителей. При этом он демонстрирует устойчивый рост на глобальном и региональном уровнях. Так, в 2025 г. мировой рынок оценивается в 41 млрд долл. США с прогнозируемым расширением до 66 млрд долл. США к 2035 г. (CAGR 5,0–5,3%).

Европа – крупнейший мировой рынок цветочной продукции с многовековой историей. В настоящее время это центр инноваций в производстве, дистрибуции и устойчивом развитии. При этом российский рынок, исторически зависимый от импорта, переживает период перестройки, характеризующийся растущим уровнем локализации производства и реорганизацией логистических цепочек.

В данном исследовании проанализированы ключевые характеристики европейского и российского рынков, а также представлены перспективы адаптации лучших мировых практик к российским условиям.

# РЫНОК СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ В РОССИИ

Текущее состояние

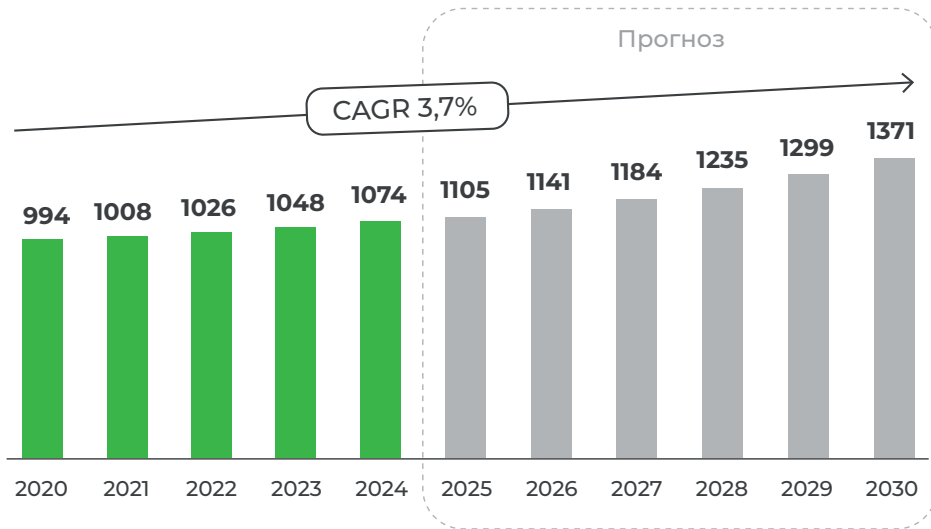




# У рынка срезанных цветов в России есть существенный потенциал роста

## ОБЪЕМ РЫНКА СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ РОССИИ,

млн долл. США, 2020–2030 гг.\*



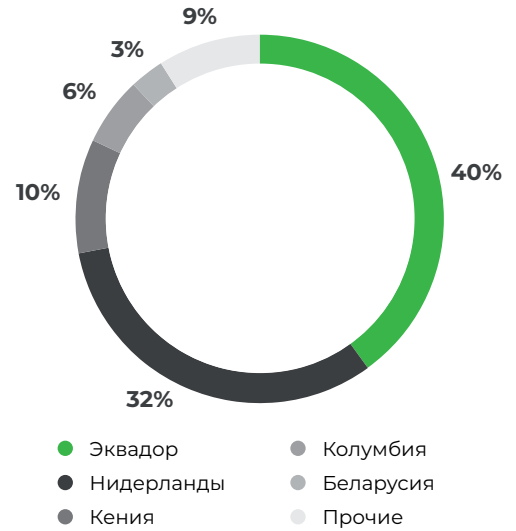
По итогам 2024 г. объем российского рынка срезанных цветов достиг **2,09 млрд единиц** (прирост на 5% к 2023 г.). Это примерно 100 млрд рублей в стоимостном выражении. На первое полугодие 2025 г. доля отечественного производства составила 22% от общего объема рынка, в то время как импортные поставки остаются основным источником (78%).

**Важный тренд – рост доли отечественного производства:** с 12% в 2018 г. до 22% в 2025 г., что отражает политику импортозамещения и государственную поддержку.

К 2030 г. **прогнозируется увеличение отечественного производства** в натуральном выражении в полтора раза.

Сейчас наблюдается **замещение импорта из Европы** более дешевой продукцией из африканских стран на фоне санкционных запретов.

## ДОЛЯ ИМПОРТНЫХ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ В РФ С РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ПО СТРАНЕ ПРОИСХОЖДЕНИЯ\*



### ~0,5–0,7%

составляет доля российского рынка срезанных цветов в глобальном объеме

### В 3,4 раза ниже

средние расходы потребителей на цветы в России, чем в странах ЕЭС

## Факты и цифры:



К основным импортерам относятся Кения, Эквадор (около 50% объема) и Нидерланды.



Чаще всего в России выращивают розы, герберы, хризантемы и лилии.



Москва остается ключевым потребительским центром (35% от всего объема продаж).

\* Источник: <https://www.insightpartners.com/>

# ТОРГОВЛЯ СРЕЗАННЫМИ ЦВЕТАМИ В ЕВРОПЕ

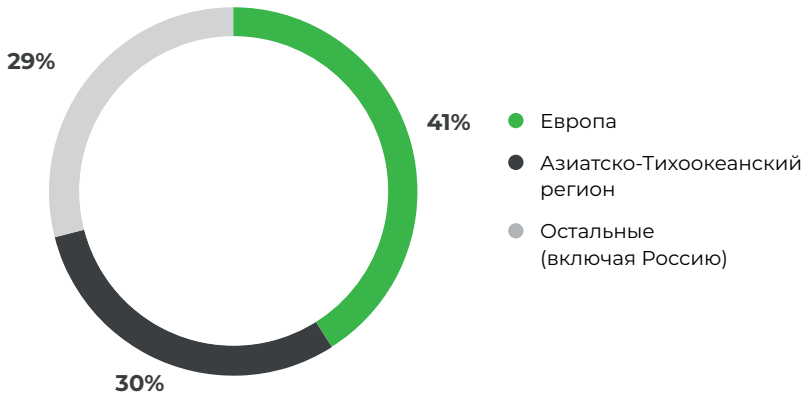
Особенности крупнейшего рынка





## Европа – это центр инноваций и лучших практик в области производства и продаж срезанных цветов

### МИРОВОЙ РЫНОК СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ПО РЕГИОНАМ, %\*



Европейские страны занимают 41% глобального рынка срезанных цветов, демонстрируя высокий уровень интеграции производства, дистрибуции и розничной торговли.

Производители из Европы находятся в авангарде устойчивого и технологичного развития цветочной индустрии. Ключевые производители (Нидерланды, Италия, Испания, Франция и Бельгия) обеспечивают как внутреннее потребление, так и масштабные экспортные поставки.

В Нидерландах находится крупнейший мировой оптовый рынок цветов Royal FloraHolland. Через него ежедневно проходят миллионы единиц цветов, при этом уровень логистической оптимизации пока недостижим для других регионов.

### Европейский рынок цветов характеризуется:



**РАСТУЩИМ СПРОСОМ НА ЦВЕТЫ ИЗ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ИСТОЧНИКОВ**



**РАЗВИТОЙ СИСТЕМОЙ СТАНДАРТИЗАЦИИ КАЧЕСТВА**



**ШИРОКИМ ПРИМЕНЕНИЕМ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ДОСТАВКИ**



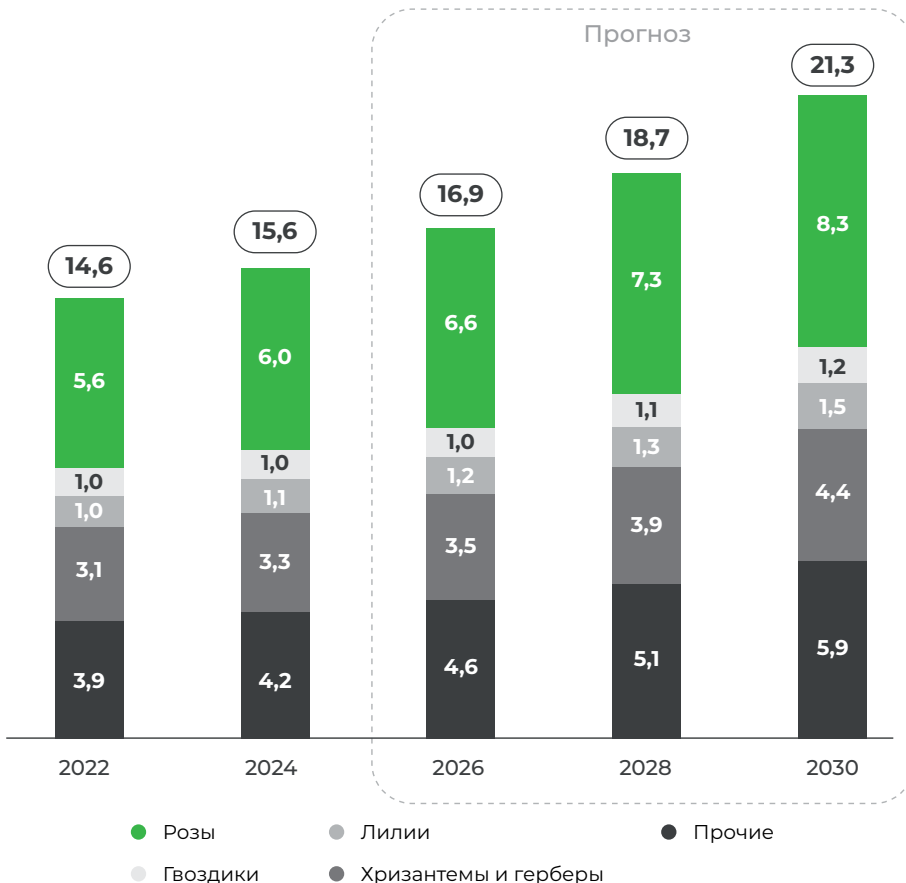
**ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКОЙ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И УСТОЙЧИВЫХ МЕТОДОВ ВЫРАЩИВАНИЯ**

\* Источники: <https://www.insightpartners.com/>, отраслевая пресса

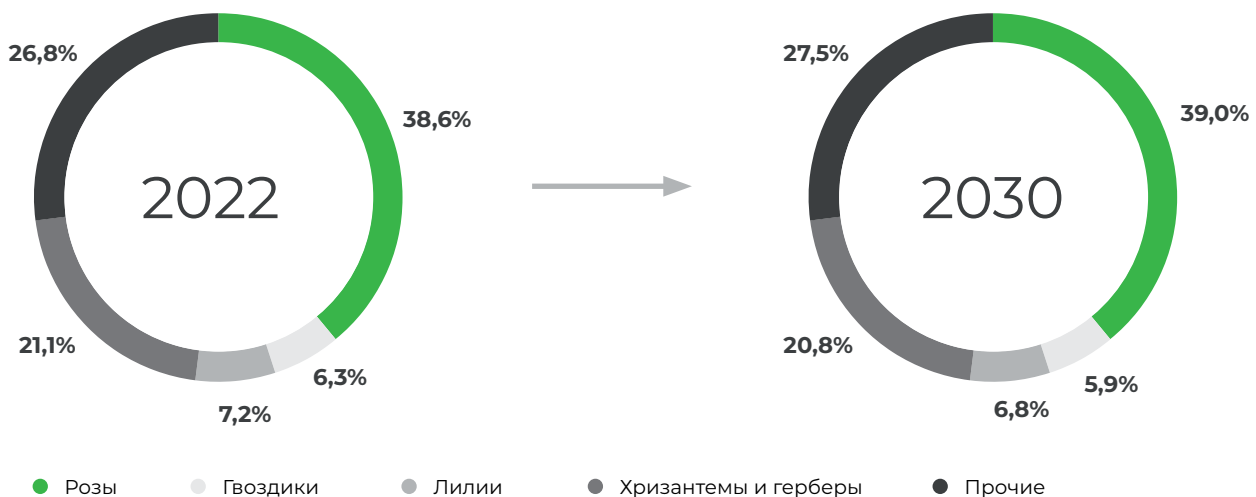


Рынок срезанных цветов в ЕС будет расти за счет спроса на оригинальные композиции и «историю» цветов, при этом структура спроса не изменится

**ОБЪЕМ ЕВРОПЕЙСКОГО РЫНКА СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ  
С РАСПРЕДЕЛЕНИЕМ ПО ИХ ТИПАМ, млрд долл. США, 2022–2030 гг.\***



**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОЛЕЙ РЫНКА ПО ТИПАМ ЦВЕТОВ\***



\* Источник: <https://www.insightpartners.com/>

# Ключевые факторы, влияющие на рынок срезанных цветов в Европе

## ПОВЫШЕНИЕ СПРОСА НА ПРЕМИАЛЬНЫЕ И ОРИГИНАЛЬНЫЕ СБОРКИ ЦВЕТОВ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

- ▶ **Все больше потребителей готово платить за уникальные и дорогие цветы** на свадьбах, банкетах, корпоративных событиях.
- ▶ **Новый курс на прозрачность** – доступность истории продукта, отслеживаемой «с поля / фермы»\*, открытость производства и наличие сертификата Fairtrade\*\*.
- ▶ **Бренд начинает играть важную роль в стимулировании продаж:** для B2B известный бренд повышает доверие и премиальность, у конечного потребителя формируется эмоциональная связь с ним.

## РАЗВИТИЕ НОВЫХ КАНАЛОВ ПРОДАЖ И АНАЛИТИКИ

- ▶ **Онлайн-каналы как ключевой фактор роста.** Независимые флористы предлагают авторские сборки и декор через соцсети и маркетплейсы, соцсети становятся «витриной» для продвижения продаж и новых трендов.
- ▶ **Новые возможности для аналитики.** Европейский бизнес активно использует таргетированную рекламу, аналитику интересов для лучшего понимания аудитории и повышения эффективности продаж.

## ЖЕСТКАЯ РЕГУЛЯТОРИКА ЕС И РОСТ СЕБЕСТОИМОСТИ

- ▶ **Строгие требования к импортерам:** фитосанитарный контроль, отсутствие следов пестицидов, пошлины в 8–12%.
- ▶ **Рост себестоимости у локальных производителей** вследствие увеличения цен на энергоносители.
- ▶ **Геополитическая неопределенность** и связанные с ней риски для глобальных логистических цепочек.



\* Маркетинговая концепция «истории фермы», подчеркивающая происхождение и уникальность продукта (представлены условия выращивания, люди, традиции).

\*\* Международный стандарт, подтверждающий, что продукция выращена с соблюдением социальных и экологических требований.



## Высокая конкуренция и ограниченные каналы сбыта сдерживают маржинальность производителей цветов в ЕС

### ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ ЛОКАЛЬНЫМИ ИГРОКАМИ

- ▶ **Сильнейшая концентрация производителей:** десятки тысяч мелких и средних ферм + крупные игроки
- ▶ **Активный импорт цветов из стран с более дешевой электроэнергией** (Кения, Колумбия, Эквадор): данная конкуренция оказывает серьезное воздействие на локальных игроков
- ▶ **Низкая маржинальность для производства цветов в ЕС:** оптовая цена роз на аукционах составляет ~10 центов за штуку

### СЛАБАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОСТАВЩИКОВ ВЛИЯТЬ НА ЦЕНЫ

- ▶ **Производители не могут диктовать цены** из-за большого количества игроков
- ▶ **Наращивание доли рынка в основном выполняется за счет слияний и поглощений** – только крупные игроки имеют на это средства
- ▶ **Высокая взаимозаменяемость продукта** – цветы одного типа разных производителей слабо отличаются друг от друга

## КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ЕС\*

### ОГРАНИЧЕННЫЕ КАНАЛЫ СБЫТА

- ▶ **Сбыт цветов сконцентрирован в нескольких каналах** (аукционы, крупные оптовики)
- ▶ **Альтернативные каналы сбыта** (напрямую розничным сетям и пр.) **есть только у крупных игроков** (для этого необходимы выстроенный бренд и безупречная репутация на рынке)

### УСЛОВИЯ ВЫХОДА НА РЫНОК НОВЫХ ИГРОКОВ

- ▶ **Строгие требования ЕС** в части сертификации ввозимых цветов и фитосанитарных норм
- ▶ **Основные конкуренты цветов** – другие подарочные товары (сладости, сувениры). **Они практически не влияют на спрос**
- ▶ **Порог входа для импорта не слишком высокий**, особенно для стран с дешевой рабочей силой и климатическими преимуществами

Цветочный рынок ЕС характеризуется высокой конкуренцией и концентрацией покупателей, а также низкой маржинальностью, что превращает выращивание цветов в очень рискованный бизнес, особенно без доступа к крупным каналам сбыта (аукционы, розничные сети) и без собственного известного бренда.

\* Источник: <https://www.insightpartners.com/>



Цветочные фермеры продолжают работать в условиях гиперконкуренции, так как каналы сбыта монополизированы и диктуют свои условия

**Нидерланды – это глобальный торговый узел и центр компетенций мировой торговли цветами**

**60%**

всех цветов мира проходит через аукционы Нидерландов

**12 млрд шт.**

оборот цветов через аукцион Royal FloraHolland в год

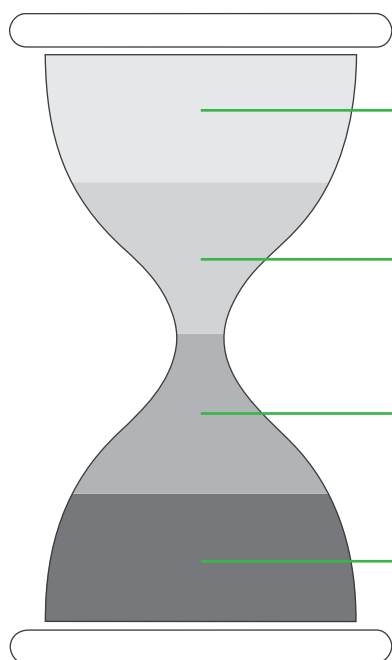
**ПЛОЩАДИ ТЕПЛИЦ И УРОВЕНЬ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОСТИ В МИРЕ, топ-11\***

Страна	% высокотехнологичности теплиц	Площадь, тыс. га
Китай	нет данных	1,894.2
Турция	7,4%	81,1
Испания	2,7%	73,1
Южная Корея	0,6%	56,5
Мексика	29,3%	51,9
Египет	2,6%	51,4
Япония	3,8%	42,2
Марокко	нет данных	23,8
Алжир	0%	21
Индия	2,5%	14,4
Нидерланды	99,1%	10,3
...		
Россия	нет данных	~3

Несмотря на 11-е место в списке по тепличным площадям, Нидерланды остаются наиболее технологически развитой цветочной страной (доля высокотехнологичных теплиц >99%).

Ведущие компании в сфере генетики и технологий выращивания цветов расположены в Нидерландах (Dümmen Orange, De Ruiter, Dekker Chrysanten и др.).

**Весь европейский рынок проходит через «бутылочное горлышко» в Нидерландах, где и оседает вся маржа**



**Высококонкурентная борьба фермеров** (~60 тыс. в ЕС) и импортеров цветов

**Все фермеры закупают генетические разработки,** средства защиты растений, удобрения и программное обеспечение у 5–7 компаний

**1 аукцион Royal FloraHolland контролирует ~60%** мирового рынка цветов и цены

**Высококонкурентный рынок розницы** – 100+ тыс. флористов\*\*, супермаркеты и иные каналы

\* Источники: <https://www.bdo.nl>, <https://www.insightpartners.com/>, [https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en), <https://floristsreview.com>, <https://florint.org/>

\*\* Согласно данным Международной ассоциации флористов ЕС (Florint): <https://florint.org/>





## Для защиты местных фермеров в ЕС сформированы тарифные и нетарифные барьеры, которые жестче, чем в России

### СРАВНЕНИЕ БАРЬЕРОВ ДЛЯ ЗАЩИТЫ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В ЕС И РФ\*

	ЕС	РФ
<b>Пошлины на ввоз</b>	8–12%	5% (20% для недружественных стран)
<b>Фитосанитарные требования</b>	Сертификаты обязательны для всех типов цветов	Сертификация в зависимости от уровня рисков
<b>Вредители</b>	Есть перечень опасных вредителей (при их выявлении вся партия уничтожается)	Для некоторых цветов применимы дополнительные требования (хризантемы и <i>Puccinia horiana</i> )
<b>Пестициды</b>	Регламентируется максимально допустимое количество пестицидов в цветах	—
<b>Отслеживаемость</b>	Импортер должен предоставить отчетность о том, где цветы были выращены	—
<b>Сертификация Fairtrade</b>	Согласно коммерческим условиям аукционных домов, импортеры должны иметь сертификаты Fairtrade, предоставлять отчетность по CO <sub>2</sub> и условиям труда	—
<b>Господдержка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ По программе CAP (Общей сельскохозяйственной политики) 387 млрд евро выделяются на поддержку агропроизводителей (включая цветы), если они попадают под перечень культур.</li> <li>▶ В рамках политики финансируются НИОКР и развитие энергоэффективности (EAFRD), стимулируется переход на устойчивые методы работы теплиц (Transition Packages).</li> <li>▶ Обсуждается внедрение господдержки до 100 000 евро на сельскохозяйственное предприятие, чтобы обеспечить помощь мелким хозяйствам.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Рассматриваются меры по поддержке российского цветоводства. Цель – достижение доли отечественных цветов на уровне 70%.</li> <li>▶ В мае 2025 г. было согласовано льготное кредитование на строительство, реконструкцию и модернизацию теплиц по выращиванию цветов.</li> <li>▶ Фонд развития промышленности оказывает поддержку всей агроотрасли, выдавая кредиты под 3–5% на строительство и модернизацию.</li> </ul>

### Кейс Кении: сложности при импорте цветов в ЕС

Производители из Кении **несут большие убытки из-за эпидемии моли** *Thaumatotibia leucotreta*. ЕС бракует всю партию при наличии хотя бы одной личинки. **Потери выручки производителей доходят до 30%.**

**Кения рассматривает другие рынки сбыта,** где нет таких строгих требований.

### РФ также изымает импортные партии при наличии нарушений

В июле 2024 г. **Россельхознадзор остановил импорт срезанных цветов из Нидерландов** из-за выявления карантинных вредителей.

За три месяца до введения запрета **324 партии не были пропущены** в рамках фитосанитарного контроля, из них 58% были из Нидерландов.

После исправления нарушений **импорт был возобновлен.**

\* Источники: <https://www.flowers-expo.ru/>, <https://www.reuters.com/>, [https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en), <https://www.fas.usda.gov/>, <https://www.zoll.com/en-us>, <https://tass.ru/>, <https://www.floraldaily.com/>, <https://apnews.com/>

# ОПЫТ НИДЕРЛАНДОВ

Практики ведения бизнеса  
на старейшем в мире рынке цветов



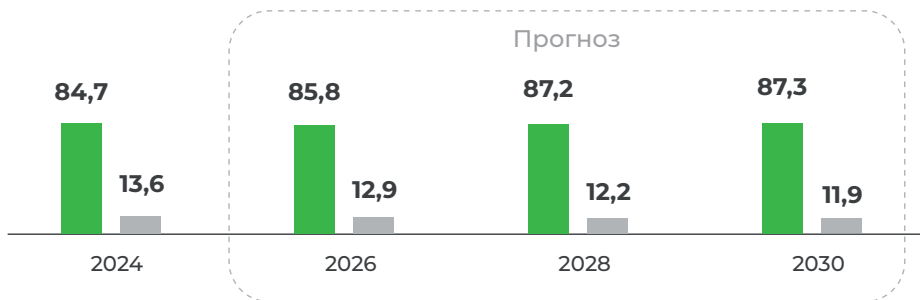


## Как показывает опыт Нидерландов, при низкой маржинальности фактором роста рынка становятся бренды и культура потребления

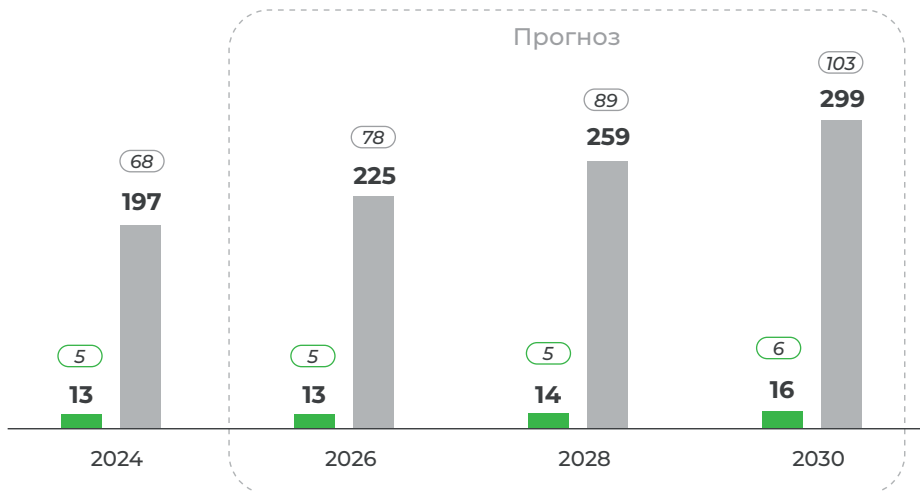
### ЧИСЛЕННОСТЬ РАБОТОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ,

млн человек\*

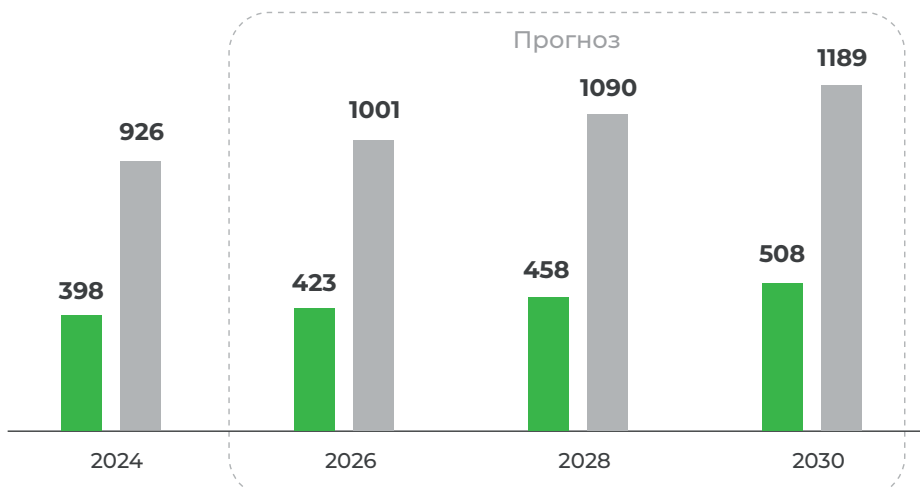
● РФ ● Нидерланды (5) Цветов на человека



### СРЕДНИЙ УРОВЕНЬ ТРАТ НА СРЕЗАННЫЕ ЦВЕТЫ У РАБОТОСПОСОБНОГО ЖИТЕЛЯ В ГОД, долл. США\*



### ОБЩИЙ ОБЪЕМ ПОКУПАЕМЫХ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ РАБОТОСПОСОБНЫМ НАСЕЛЕНИЕМ В ГОД, шт.\*



## Сравнение рынков и потребителей

В Нидерландах цветы – часть повседневной культуры, поэтому на одного человека приходится примерно в ~10 раз больше цветов, чем в России. При этом средняя розничная цена за стебель в РФ и Нидерландах практически одинакова.

**251 руб.**

стоимость 1 розы в РФ (сентябрь 2025 г.)

**235 руб.**

стоимость 1 розы в Нидерландах (август 2025 г.)

Таким образом, емкость рынка Нидерландов больше обусловлена частотой покупок, а не стоимостью.

## Выводы

Маржинальность у нидерландских производителей цветов относительно небольшая — 10–15%, в России она может быть выше 50%.

Росту продаж российских производителей могут способствовать:

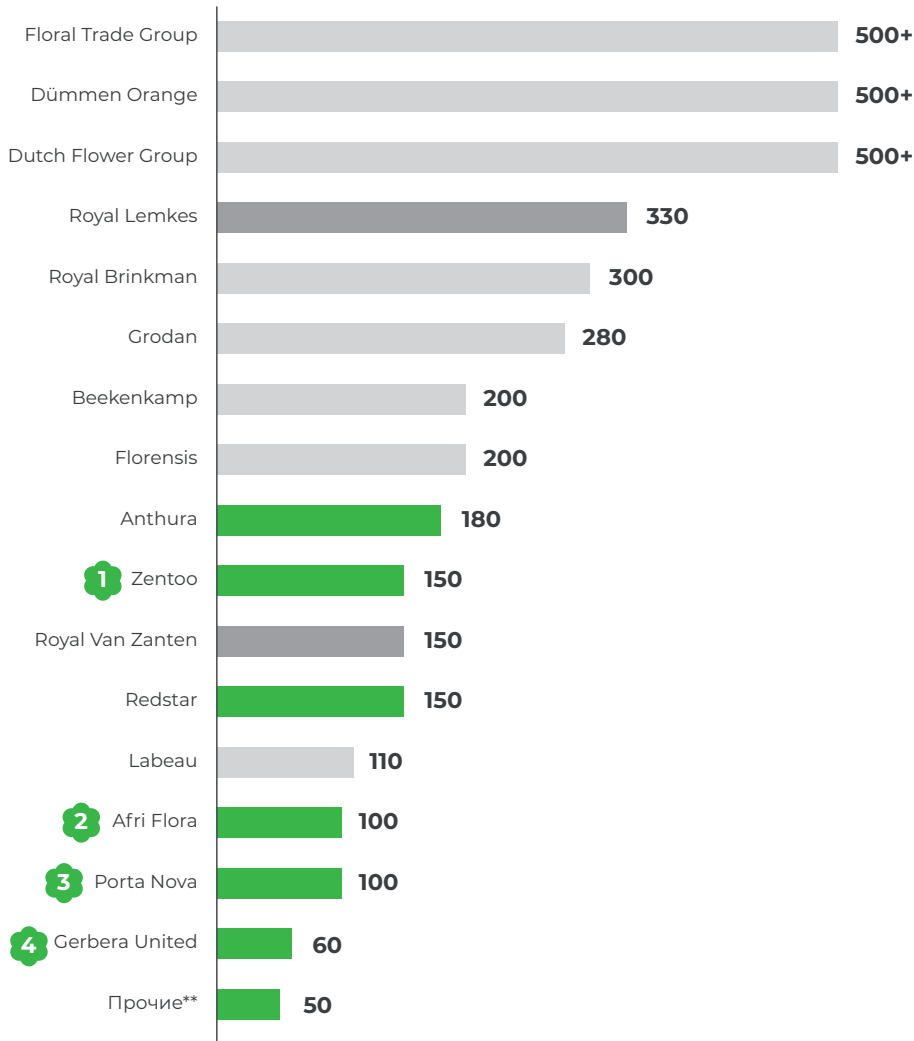
- ▶ формирование привычки регулярных покупок;
- ▶ создание и продвижение бренда (премиальность, «история фермы»);
- ▶ развитие новых каналов продаж (онлайн-подписки, мерчандайзинг, коллаборации с розничными сетями).

\* Источники: <https://www.insightpartners.com/>, <https://ssl.rosstat.gov.ru/>, [https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en), интервью с экспертами



## В Нидерландах основные доходы сконцентрированы у компаний, работающих с фермерами, а не у самих производителей цветов

### РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВЫРУЧКИ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ СЕКТОРА ФЛОРИСТИКИ В НИДЕРЛАНДАХ, млн евро\*



- Производитель срезанных цветов
- Производитель декоративных растений
- Селекционеры, оптовики, создатели специализированного ПО и т. д.

**Большинство лидеров сектора** (Floral Trade Group, Dümmen Orange, Dutch Flower Group, Royal Brinkman и др.) **зарабатывают не на выращивании цветов,** а на поставках генетических разработок и материалов, технологий, субстратов либо выступают в роли оптовиков без своего производства\*\*\*.

**Эти компании концентрируют маржу «поверх» тысячи фермеров,** которые остаются неизвестными в условиях гиперконкуренции. Высокая концентрация капитала и компетенций делает их главными бенефициарами сектора.

Успешные исключения среди производителей цветов – Zentoo, Porta Nova, Gerbera United и Afri Flora.

- 1 Zentoo** – кооперация из примерно 35 производителей хризантем, что позволяет им быть заметными на рынке и выступать под общим брендом.
- 2 Afri Flora** – крупнейший мировой производитель роз в Эфиопии с огромным масштабом деятельности и низкой себестоимостью, благодаря чему эта компания способна конкурировать в цене с лидерами рынка.
- 3 Porta Nova** – компания, сконцентрировавшая внимание на премиальном сегменте красных роз, с сильным позиционированием как «лучшие розы мира».
- 4 Gerbera United** – бизнес, сделавший ставку на разнообразие сортов (130 видов гербер) и продвижение бренда в B2B для флористов.

\* Неисчерпывающий список согласно данным BDO (2025 г.: <https://www.bdo.nl/getmedia/e2555664-14d3-422a-a580-283ce9517ef8/BDO-Floriculture-Horticulture-Market-Research-June-2025.pdf>)

\*\* Kubo, GreenV, Opti-Flor, Schenkeveld, Ter Laak, Jiffy с выручкой ~50 млн евро у каждой компании.

\*\*\* Источники: <https://www.bdo.nl>, сайты компаний



Сильная культура потребления цветов в Нидерландах создает рынок, где бренды становятся ключевым инструментом конкуренции и повышения цен

## История, культура и инфраструктура

**Нидерланды – мировой центр цветов с XVII в.** (тюльпаномания и первые финансовые пузыри, туристические сады и т. д.).

Страна известна на весь мир своими полями тюльпанов и старается сохранить свое наследие.

**В 1948 г. был создан Flower Council of Holland\*** – отраслевая организация, действующая при поддержке государства и аукционов. Ее цель – стимулировать спрос на цветы в Нидерландах и за рубежом.

Системные маркетинговые и PR-кампании десятилетиями формировали привычку покупать цветы не только как подарок, но и для дома.

🌸 «Цветы в каждый дом», 1970-е гг.

🌸 «Нам нужно больше цветов», 2018 г.



## Как это повлияло на покупателей ЦВЕТОВ

**Цветы как часть повседневной жизни в Нидерландах:** покупка цветов воспринимается не как редкий подарок, а как способ украсить дом, создать уют и поднять настроение.

**Эмоциональная ценность:** цветы ассоциируются с радостью, свежестью и благополучием. **Это не «розовая трата», а элемент качества жизни.**

### Среднее количество покупаемых букетов в год

25\*\*

Нидерланды  
(из них 16 – для себя)

3

Россия

**Цветы в России чаще всего ассоциируются с важными событиями** – свадебными торжествами, юбилеями, днями рождения.

**Средняя стоимость букета в России** – от 3000 руб. на свадебный букет, от 2000 руб. на букет в честь дня рождения.

**Для украшения интерьера или просто для себя цветы покупают реже** и обычно тратят на них чуть меньше – от 1500 руб.

## Роль брендов и коммуникаций\*\*\*

В условиях гиперконкуренции и развитой культуры потребления цветов в Нидерландах **производители вынуждены искать способы выделиться.**

**Успешные компании используют брендинг для формирования истории, презентуемой покупателю.**

### 🌸 Zentoo

Слоган компании – *«Гордимся быть не такими, как все»*. Акцент на яркости сортов хризантем и маркетинг в стиле брендов моды

### 🌸 Porta Nova

Премиальные розы Naomi, позиционирование как *«лучшей красной розы в мире»* для свадеб и люкс-сегмента

### 🌸 Gerbera United

Играют на теме разнообразия (130 видов гербер) для флористов: *«Мы дадим тебе выделиться»*

\* Сейчас организация сменила имя на Plants & Flowers Foundation Holland.

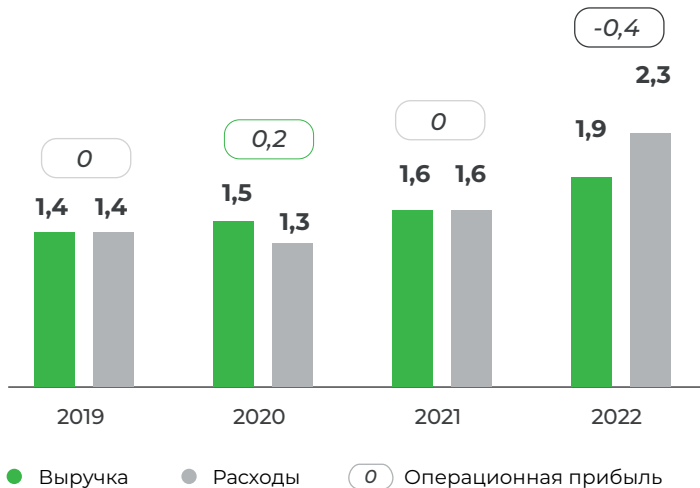
\*\* По данным на 2018 г.

\*\*\* Источники: <https://www.plantsandflowersfoundationholland.org/en/>, <https://www.royalfloraholland.com/en/>, <https://senatinform.ru/>, сайты компаний

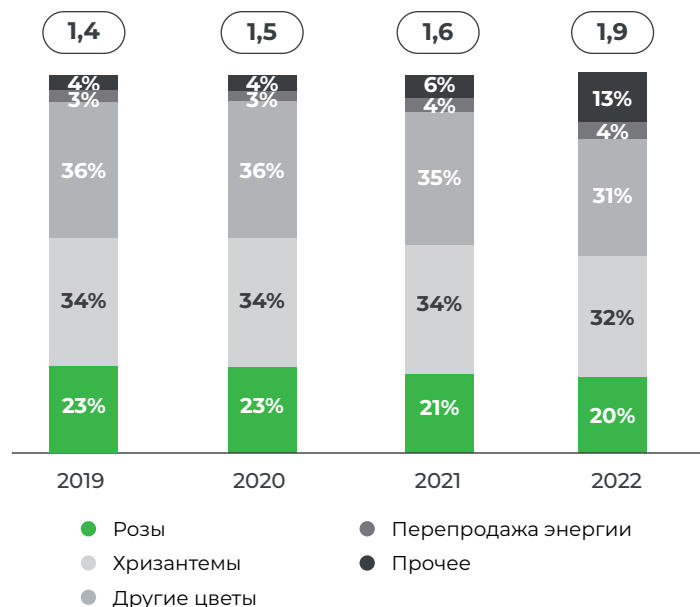


## У среднестатистического фермера в Нидерландах нет сверхприбыли, а повышение цен на электроэнергию в 2022 г. не было покрыто ростом цен на цветы

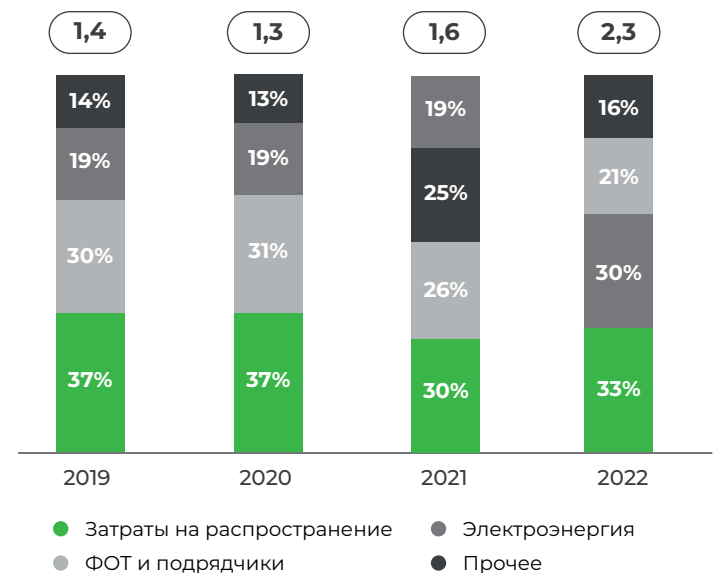
### ДОХОДЫ И РАСХОДЫ СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ НИДЕРЛАНДОВ, млн евро, 2019–2022 гг.\*



### РАЗБИВКА ДОХОДОВ СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ НИДЕРЛАНДОВ, млн евро, 2019–2022 гг.\*



### РАЗБИВКА РАСХОДОВ СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ НИДЕРЛАНДОВ, млн евро, 2019–2022 гг.\*



Выручка среднестатистического голландского производителя срезанных цветов с 2019 по 2022 г. выросла с ~1,4 до 1,9 млн евро, при этом ее структура практически не изменилась.

Рост выручки ограничен: высокая конкуренция и ценовое давление со стороны импорта не позволяют существенно увеличивать цены на продукцию.

Расходы за тот же период росли быстрее выручки (с ~1,4 до 2,3 млн евро), главным образом это произошло за счет резкого роста цен на электроэнергию.

Для снижения затрат ведется сокращение загрузки теплиц – больше энергии перепродается на рынок.

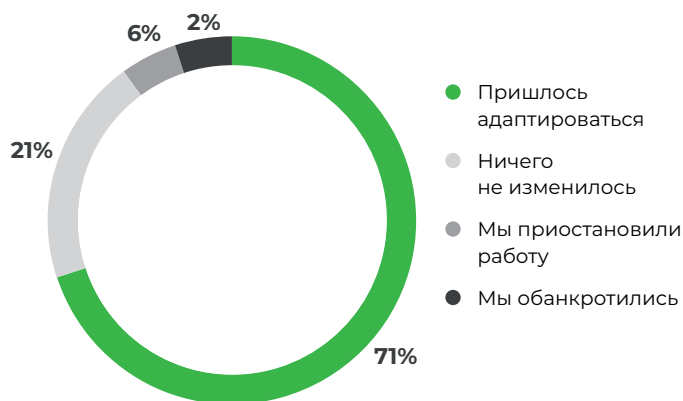
\* Источники: Wageningen University Research (<https://www.wur.nl/en>)



Отрасль смогла избежать большого количества банкротств и падения рынка за счет системной поддержки государства

## Большинству тепличных хозяйств пришлось адаптироваться к кризису

ВЛАДЕЛЬЦЫ ТЕПЛИЦ В НИДЕРЛАНДАХ  
О ВОЗДЕЙСТВИИ НА НИХ РОСТА СТОИМОСТИ  
ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ, 2023 г.\*



- ▶ **65–75% респондентов пришлось адаптироваться** и внести изменения в формат ведения бизнеса:
  - сокращение площадей выращивания в холодный сезон (часть теплиц простаивает зимой);
  - переход на менее энергоемкие культуры (герберы, хризантемы вместо роз);
  - оптимизация технологий: снижение температуры в теплицах, меньше дополнительного освещения.
- ▶ **20–30% респондентов продолжили работать «как есть»** – в основном это крупные хозяйства с долгосрочными контрактами на газ и / или с солнечными панелями и собственными ТЭЦ.
- ▶ **4–5% закрылись самостоятельно** – это преимущественно небольшие фермы с высоким энергопотреблением.
- ▶ **1–2% были обанкрочены принудительно.**

## Системная поддержка государства и высокая технологичность смогли поддержать отрасль на плаву



### НАЦИОНАЛЬНЫЕ СУБСИДИИ В НИДЕРЛАНДАХ\*\*:

- ▶ **Energie-efficiëntie glastuinbouw** – программа компенсации затрат на энергоэффективное оборудование (70 млн евро в год)
- ▶ **Crisisregeling glastuinbouw (2022)** – временная программа компенсаций до 70% потерь дохода для владельцев теплиц (600 млн евро)
- ▶ **Transition Package (2023–2024)** – субсидии около 200 млн евро на модернизацию теплиц (светодиодное освещение, системы CO<sub>2</sub>)



### ПОДДЕРЖКА СО СТОРОНЫ ЕС:

- ▶ **Программа поддержки агросектора CAP** (387 млрд евро на 2021–2027 гг.) – субсидии фермерам и «зеленые» выплаты
- ▶ **Фонд EAFRD** (95,5 млрд евро) для финансирования энергоэффективности, инноваций и устойчивого развития



### РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ:

- ▶ **Высокотехнологичные теплицы Нидерландов** уже достаточно энергоэффективны и попадают под субсидии
- ▶ Многие хозяйства используют **когенерацию**, что позволяет продавать электроэнергию на рынок и частично компенсировать расходы

\* Источники: Wageningen University & Research (<https://www.wur.nl/en>), [https://commission.europa.eu/index\\_en](https://commission.europa.eu/index_en)

\*\* Подробнее см. на: <https://www.rvo.nl/subsidies-financiering/eg>



Большинство теплиц в Нидерландах работают на когенерации, поэтому затраты на их обогрев и оплату электроэнергии ниже, кроме того, это новый источник доходов

## Тепличные хозяйства в Нидерландах активно вкладывались в собственные когенеративные установки вместо покупки спотовой энергии и тепла

**60%**

всех тепличных хозяйств Нидерландов имеют свои установки

**4 ГВатт**

общая мощность когенеративных установок в теплицах

В отличие от классической схемы тепло- и электроснабжения когенеративные установки на газу генерируют тепло и электроэнергию, а CO<sub>2</sub> направляется как удобрение в теплицу. Эффект – снижение затрат на ~30% при переходе, КПД когенерации – более 90% (в 2 раза больше, чем при классической схеме).

### ПРИНЦИП РАБОТЫ КОГЕНЕРАТИВНОЙ УСТАНОВКИ ПО СРАВНЕНИЮ С КЛАССИЧЕСКОЙ СХемой ЭЛЕКТРО- И ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ В ТЕПЛИЦЕ

Классическая схема

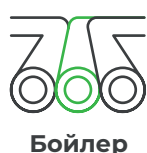
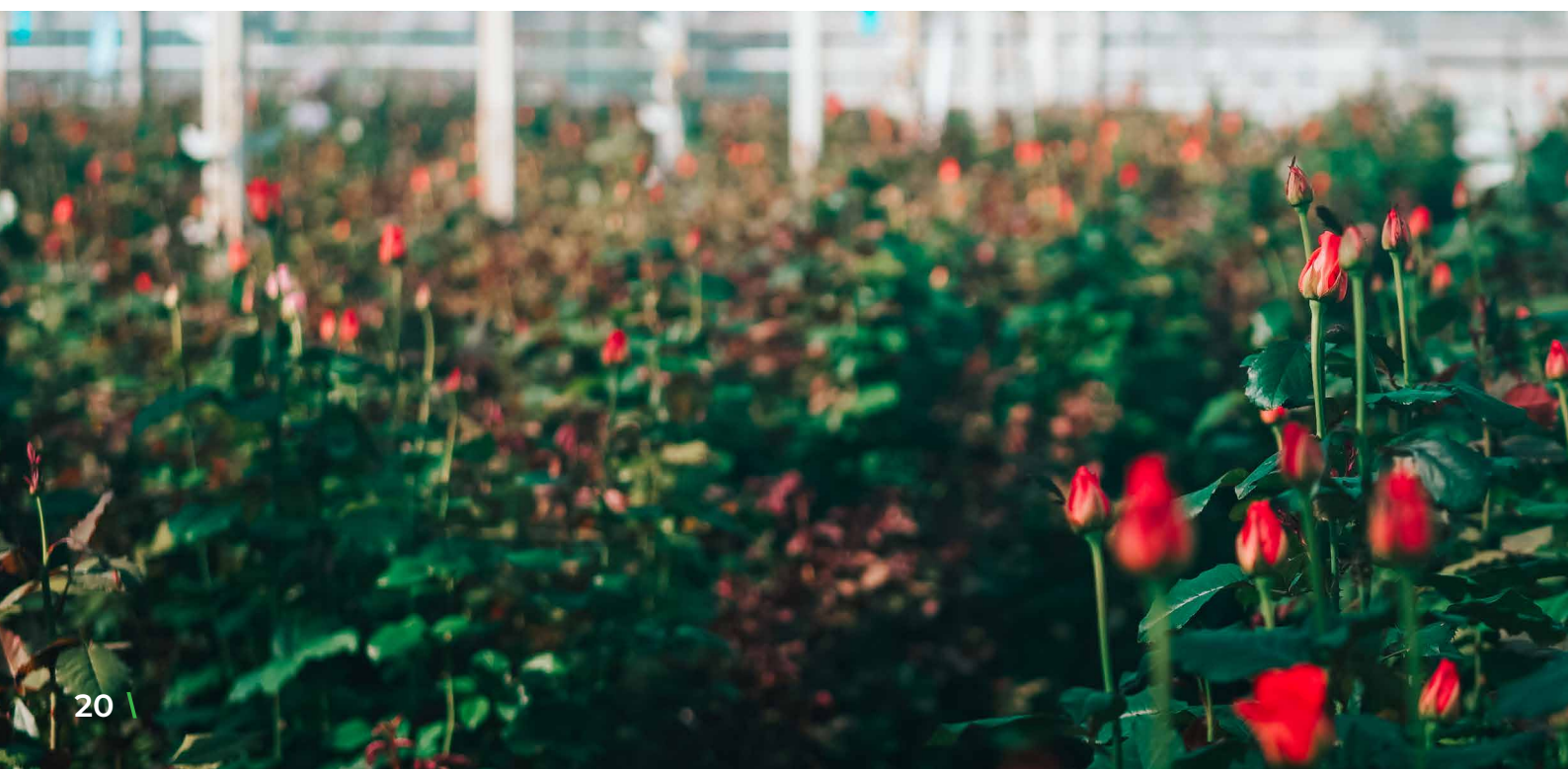
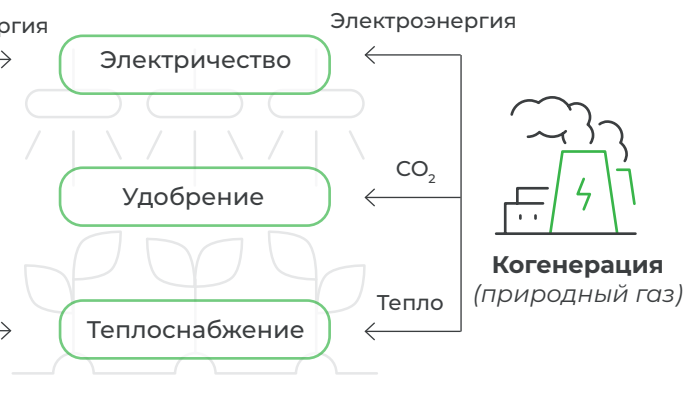


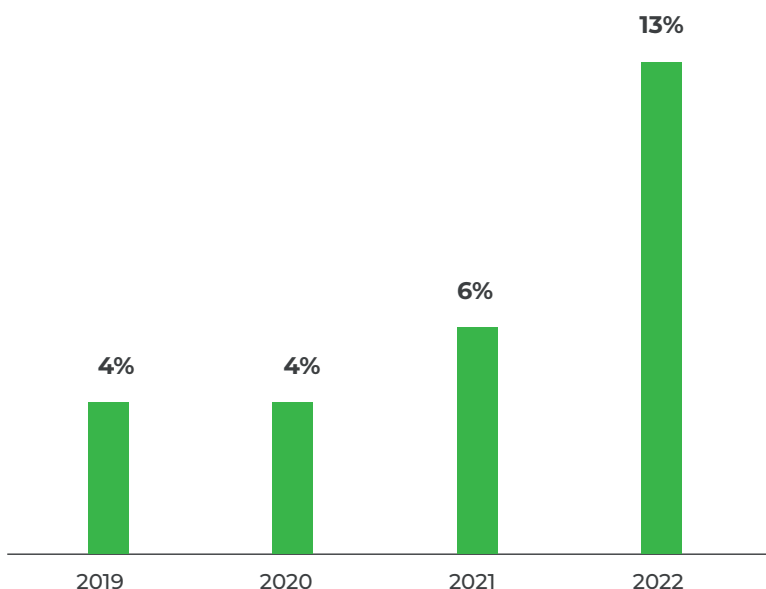
Схема с когенерацией





## Помимо снижения расходов, когенерация также предоставляет возможность перепродажи энергии

### ДОЛЯ ДОХОДОВ СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ НИДЕРЛАНДОВ ОТ ПЕРЕПРОДАЖИ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ, %, 2019–2022 гг.\*

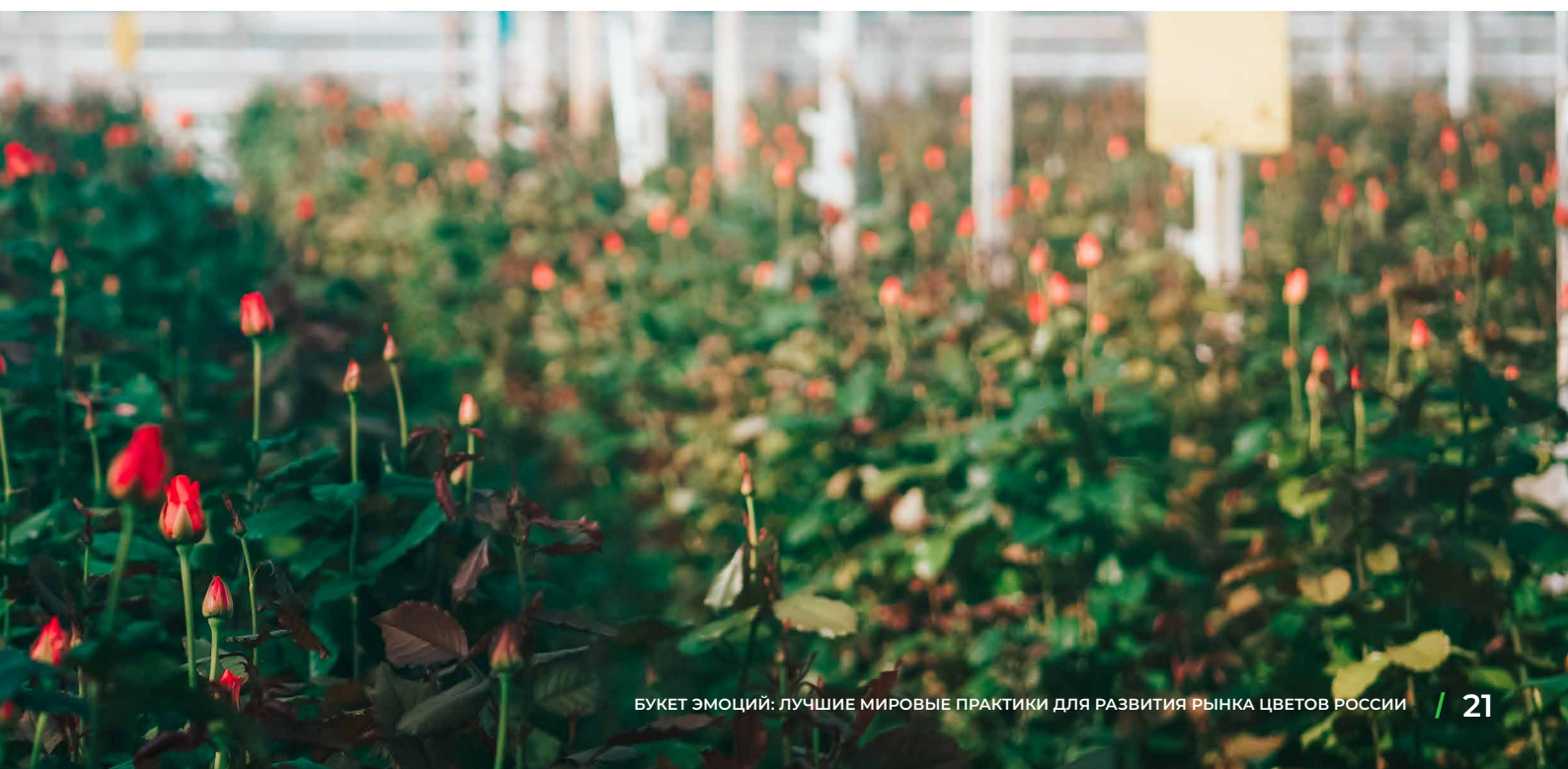


Доход от энергии стал заметной статьей в структуре выручки теплиц Нидерландов (~13%) и растет из года в год. **В кризисные периоды (2021–2022)** именно **когенерация и субсидирование расходов на газ помогли фермерам** пережить рост издержек и падение спроса на цветы.

**Теплицы также стали частью энергосистемы страны:** когенерация превратила их в «буфер» для национальной сети: **~ 25% всей электроэнергии Нидерландов производится в когенеративных теплицах** и возвращается в систему.

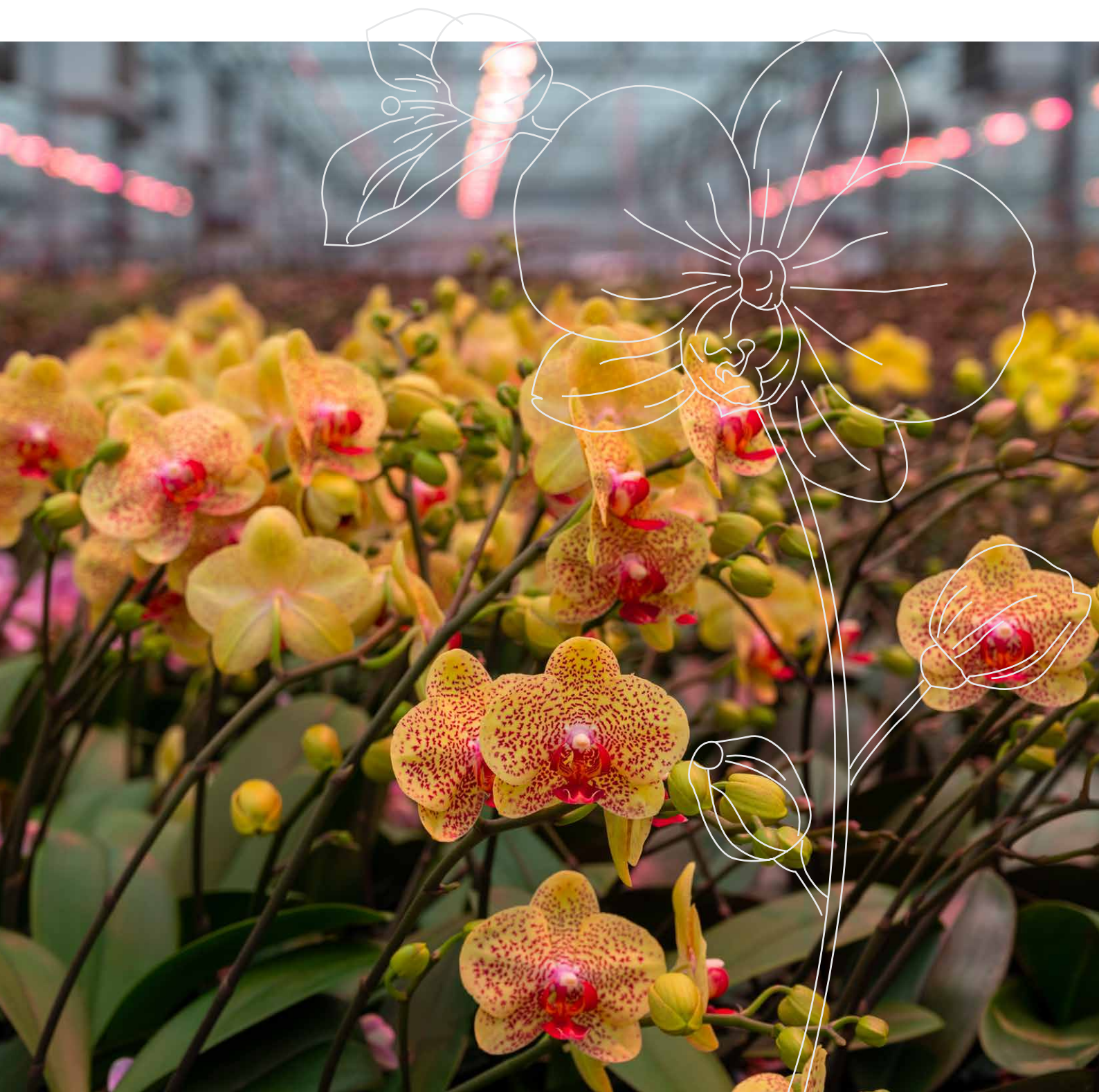
**Возник своего рода симбиоз:** теплицы поддерживают энергосеть как часть своего дохода, а государство субсидирует теплицы для стабильности всей энергосети.

\* Источники: Wageningen University & Research (<https://www.wur.nl/en>), Summer Study on Energy Efficiency in Buildings (<https://www.aceee.org/2026-summer-study-energy-efficiency-buildings>), <https://www.cbsnews.com/>, Consulting-Specifying Engineer (<https://www.csemag.com/>), AB Greenhouse Power Netherlands (<https://www.gruppoab.com/greenhouse/>)



# БУДУЩЕЕ РЫНКА СРЕЗАННЫХ ЦВЕТОВ В РОССИИ

ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ





Российский рынок находится в переходном периоде, что создает уникальные возможности для внедрения лучших европейских практик, адаптированных к местным условиям

## Ключевые направления трансформации\*



### ЛОГИСТИКА И ДИСТРИБУЦИЯ:

Развитие региональных хабов требует оптимизации по европейским стандартам управления холодильной цепью.

---



### ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЛОКАЛИЗАЦИЯ:

Успешный пример – запуск в 2025 г. в Ярославской области первого в России массового производства орхидей (инвестиции 2,5 млрд рублей) – подтверждает перспективность комплексных инвестиций в специализированные культуры. Аналогично европейскому опыту возможна фокусировка на премиум-сегменте и редких видах цветов.

---



### ЦИФРОВИЗАЦИЯ:

Внедрение цифровых платформ доставки (по аналогии с европейскими моделями) обеспечило рост сегмента на 15% в 2024 г. с ускорением в 2025 г.

---



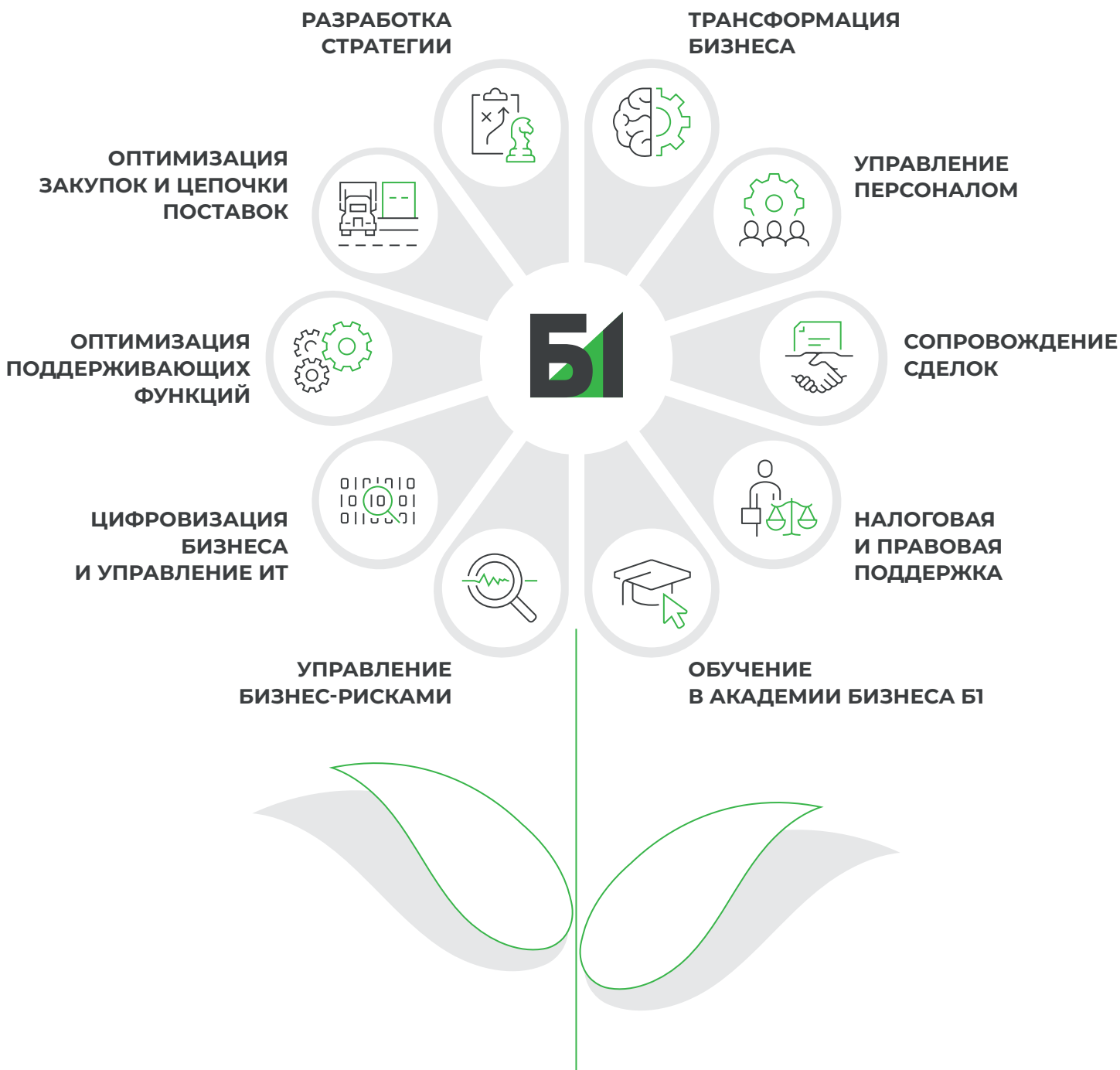
### УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ:

Экологические стандарты, практикуемые в Европе, становятся конкурентным преимуществом на российском рынке, особенно в сегменте премиум-потребления.

\* Источники: <https://www.insightpartners.com/>, отраслевая пресса, мнения экспертов

# УСЛУГИ БИ ПО ПОДДЕРЖКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Наши эксперты обладают опытом оказания услуг по всем аспектам бизнеса



# КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



**СЕРГЕЙ  
ПАВЛОВ**

Партнер,  
руководитель группы  
трансформации бизнеса

[sergey.pavlov@b1.ru](mailto:sergey.pavlov@b1.ru)



**ГЛЕБ  
ХИМИЧЕВ**

Партнер,  
группа трансформации  
бизнеса

[gleb.khimichev@b1.ru](mailto:gleb.khimichev@b1.ru)



**АНДРЕЙ  
БУХАНЦОВ**

Руководитель направления  
по оказанию услуг в области  
трансформации бизнеса  
для компаний АПК

[andrey.bukhantsov@b1.ru](mailto:andrey.bukhantsov@b1.ru)



**МАКСИМ  
ЖАБИН**

Старший консультант,  
группа услуг в области  
трансформации бизнеса

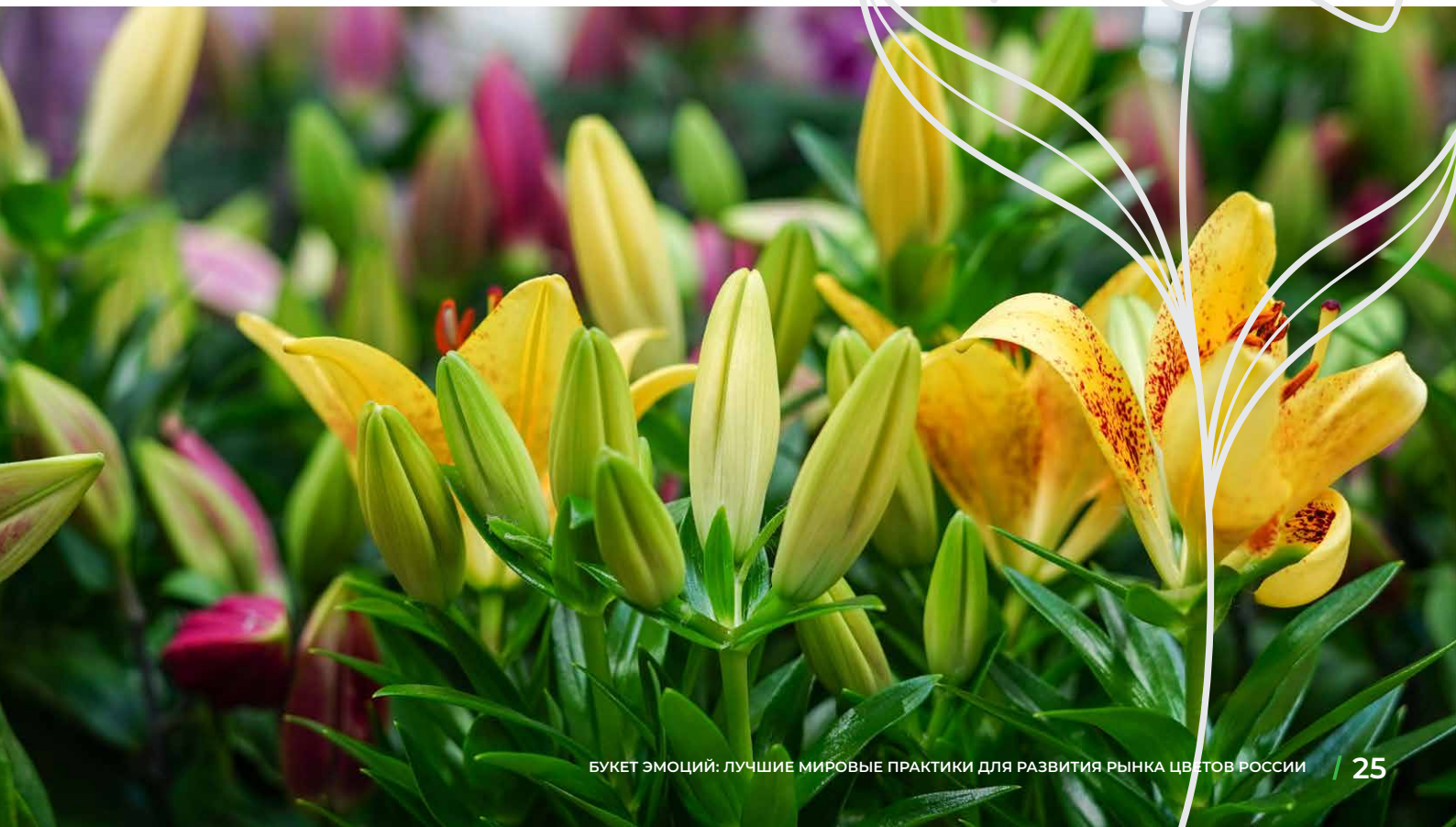
[maksim.zhabin@b1.ru](mailto:maksim.zhabin@b1.ru)



**АЛЕКСАНДР  
АЛЕКСЕЕВ**

Эксперт  
Аналитического центра Б1

[alexander.alekseev@b1.ru](mailto:alexander.alekseev@b1.ru)



## О ГРУППЕ КОМПАНИЙ Б1

Группа компаний Б1 предлагает многопрофильные услуги в сфере аудита, стратегического, технологического и бизнес-консалтинга, сделок, оценки, налогообложения, права и сопровождения бизнеса.

Мы работаем свыше 35 лет в России и более 25 лет в Беларуси. За это время в компаниях группы создана сильная команда специалистов с обширными знаниями и опытом реализации сложнейших проектов. Наша практика представлена в 12 городах: Москве, Минске, Владивостоке, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Самаре, Санкт-Петербурге, Тольятти и Челябинске.

Группа компаний Б1 помогает клиентам находить новые решения, расширять, трансформировать и успешно вести свою деятельность, а также повышать свою финансовую устойчивость и кадровый потенциал.

© ООО «Б1 – Консалт», 2026

Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа компаний Б1 не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

**B1.RU | B1.BY**

