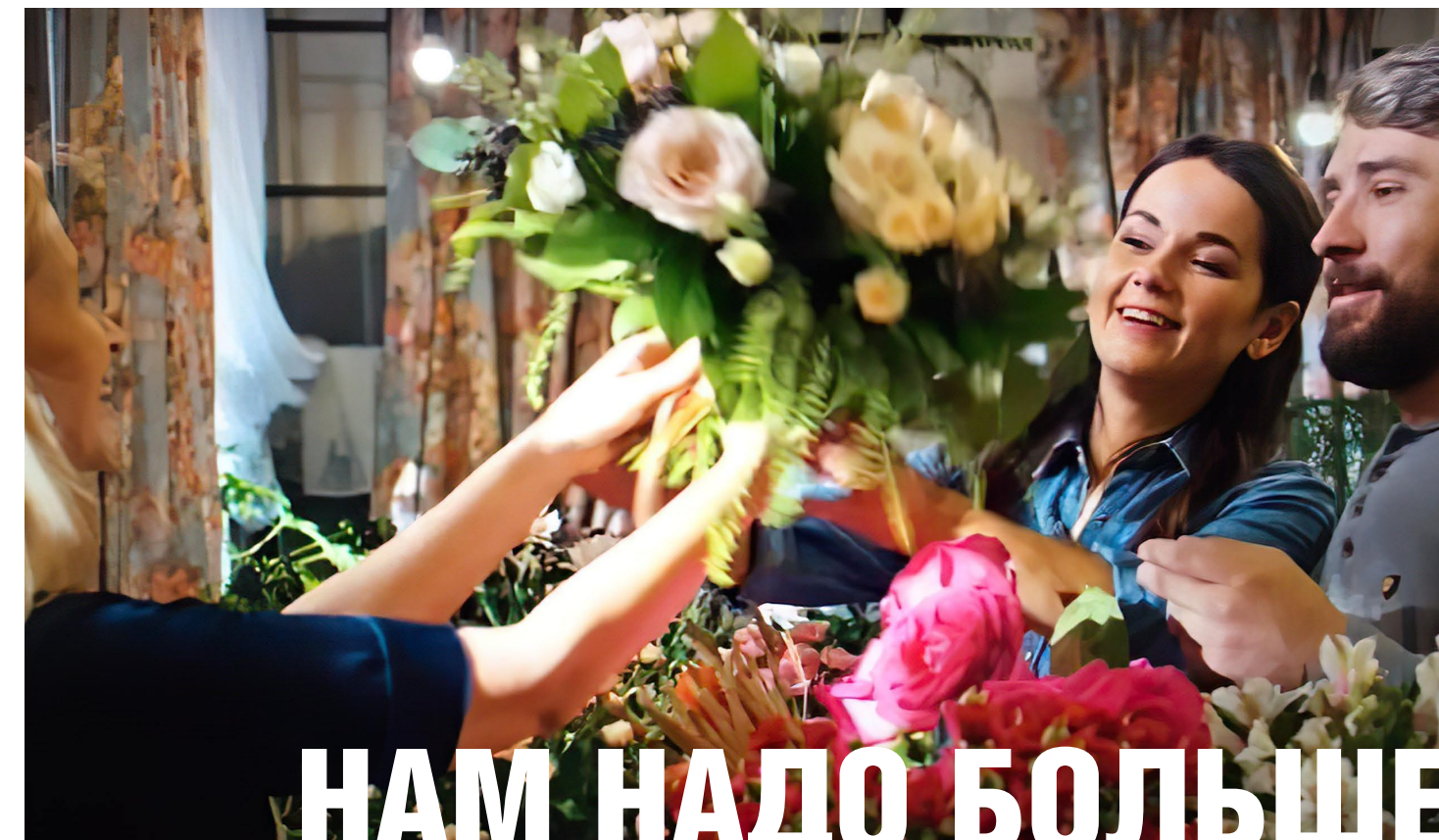




Фотографии: ©2design, bloemenbureauholland.nl



НАМ НАДО БОЛЬШЕ ЦВЕТОВ!

Текст:
Александр ЛИТВИНЕНКО,
член совета директоров
Ассоциации «Теплицы
России»

«А действительно, надо ли? — задаются некоторые вопросом. — В такое беспокойное время разве до цветов?» Что касается времени, то оно и правда беспокойное, даже тревожное. К бытовым проблемам добавляется постоянный информационный стресс. Нагрузка на психику людей возрастает многократно.

Тем не менее, научно доказано, что даже процесс выздоровления протекает намного быстрее, если рядом с человеком находятся цветы и растения, создающие комфортную позитивную атмосферу. Поэтому в повседневной жизни, в любые времена и при любых обстоятельствах, нам нужно больше цветов.

Однако, согласно имеющейся статистике, в жизни каждого россиянина присутствует крайне мало цветов, хотя покупают их 92% всего взрослого населения страны. При этом одна треть — лишь 3-4 раза в год, другая — раз в два месяца, и только оставшаяся часть делает покупки несколько чаще. А это, согласитесь, ничтожно малая цифра от фактически возможной. Отсюда вывод: в настоящий момент очевидно

назрела потребность в изменении культуры цветочного потребления. Но остается открытым самый главный вопрос: «Каким образом этого добиться?»

Обсуждению столь актуальной для отрасли темы был посвящен круглый стол, состоявшийся в рамках деловой программы Международной выставки «ЦветыЭкспо 2023». Он был организован при содействии и непосредственном участии Ассоциации «Теплицы России», Национальной Гильдии Флористов, Национальной Ассоциации Цветоводов, журналов «Цветы» и «Цветоводство». Модератором выступил член Совета Директоров Ассоциации «Теплицы России» Александр Литвиненко.

В жизни каждого россиянина присутствует крайне мало цветов, хотя покупают их 92% всего взрослого населения страны



Участники мероприятия познакомились с проектом маркетинго-социологического исследования существующей ситуации, касающейся отношения людей к цветам и планом перспективного изменения культуры потребления цветов.

О проекте и плане подробно рассказала руководитель департамента аналитики маркетингового агентства *MegaResearch* Екатерина Рывес. В ее выступлении было отмечено, что основной акцент в исследовании будет сделан на изучении мотивационных факторов покупки цветов и на то, что является тормозом при принятии решения об их приобретении с отсылкой на положительный зарубежный опыт в этой сфере. Перспективный план изменения культуры цветочного потребления станет своего рода «дорожной картой», где будут перечислены не

Расширение объема и ассортимента цветов российского производства и снижение зависимости от импорта цветочной продукции, цены на которую напрямую связаны с колебанием курса валют

только мероприятия коммерческого характера, но и, в большей степени, социальной направленности, способствующие изменению отношения к цветам в обществе.

В поддержку концепции выступили Евгения Бабичева, представитель производителей цветов на срезку, генеральный директор тепличного комбината «Зеленый Дом» (Республика Адыгея) и Андрей Коченов, представитель цветочного ретейла, владелец сети цветочных магазинов «Цветобаза» (Ижевск). Они отметили, насколько позитивно скажутся на бизнесе изменения потребительского поведения, и поделились опытом своей деятельности в этом направлении.

При хорошем раскладе производители смогли бы:

- динамично расширять производство на основе уже имеющегося опыта выращивания (квалификация отечественных цветоводов уже давно получила положительную оценку со стороны иностранных партнеров и подтверждена высоким спросом оптовых и розничных компаний);
- сокращать собственные затраты, себестоимость цветов и, соответственно, держать отпускные цены для потребителей на приемлемом уровне за счет увеличения производственных площадей и объема выпускаемой продукции;
- расширить ассортимент для удовлетворения разнообразных вкусов потребителей;
- стабилизировать отпускные цены.

Сегодня отечественные производители специализируются, в основном, на розах. Совсем в малых количествах выращивают герберы и хризантемы. А где же отечественные ранункулюсы, альстромерии, фрезии, эустомы и другие разновидности? Расширение объема и ассортимента цветов российского производства и снижение зависимости от импорта цветочной продукции, цены на которую напрямую связаны с колебанием курса валют, положительным образом должно сказаться на отпускных ценах в розничном сегменте.

Цветочная розница, в свою очередь, за счет более стабильного спроса могла бы существенно разнообразить формы и стили дизайна, оптимизировать снабжение своих точек, снизить издержки и, соответственно, предлагать цветы покупателю по существенно более приемлемым ценам.

В частности, в Ижевске при поддержке местных властей уже есть положительный опыт популяризации празднования Дня матери и Дня семьи, любви и верности, который стоит взять на заметку и распространить по другим регионам России.

Депутат Государственной Думы, заместитель председателя комитета по защите конкурен-

ции Алексей Владимирович Ситников в своем выступлении отметил, что государство отслеживает по цветочной отрасли только факт поступления налогов и количество рабочих мест, но совершенно не обращает внимание на то, как цветы влияют на социальное самочувствие населения страны. Совместными усилиями необходимо довести этот момент до сознания ответственных лиц системы власти и управления и заручиться их поддержкой в развитии цветочной отрасли.

Кроме того, воспитание отношения к цветам должно начинаться с детского возраста, как одного из элементов наших традиций, культурных ценностей, этики и эстетики.

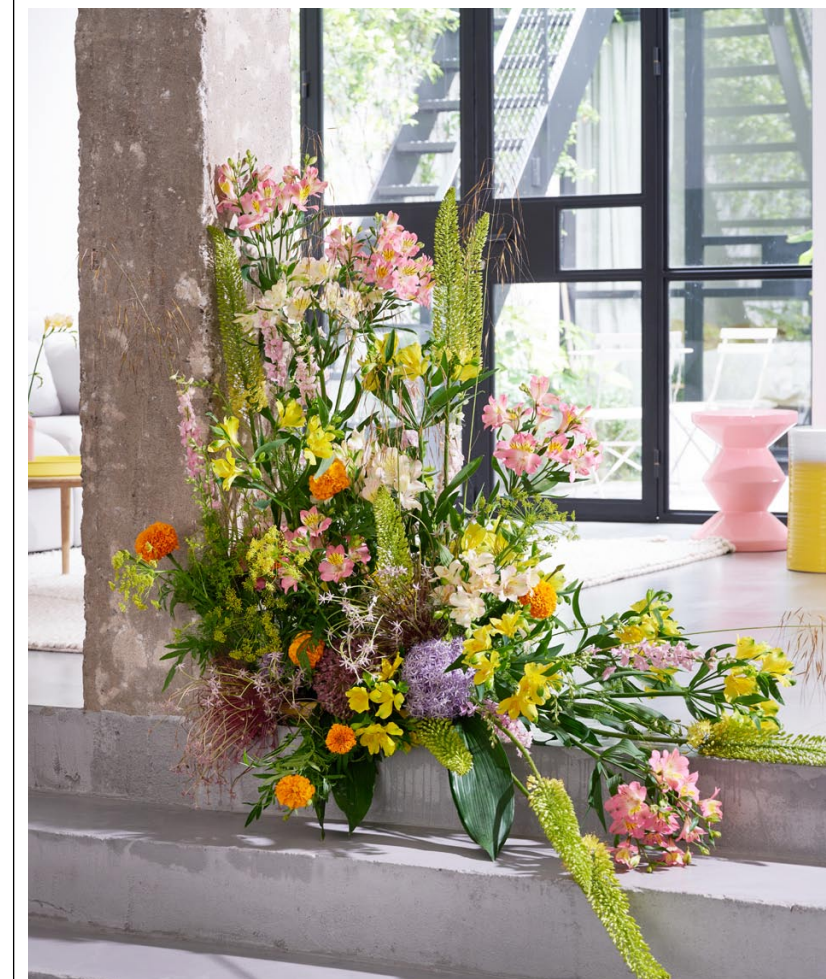
Эффективными проводниками цветочной культуры в широкие массы могут стать кинематограф, выставки и другие культурно-массовые мероприятия. Цветы должны завоевать свое достойное место среди других социально значимых факторов жизни людей.

В своем выступлении на круглом столе нейробиолог, ведущий исследователь лаборатории социальных нейронаук НИУ ВШЭ, профессор Василий Ключарев с научной точки зрения обосновал, что цветы оказывают существенное влияние на наш мозг: это и позитивное настроение, и физическое здоровье, и ощущение счастья. Они хорошо снимают стресс, вызывают чувство комфорта. Ведь эволюционно цветы возникли в природе, чтобы приносить нам радость.

Сергей Буторин, основатель и руководитель центра развития парков и общественных пространств «Парки России», член Общественной палаты Российской Федерации заметил, что парковые пространства и цветочная тематика по своей сущности достаточно близки друг другу, но интересные и масштабные коллаборации между ними в рамках проводимых мероприятий случаются не часто. В качестве одной из форм сближения он предложил вписать в парковые пространства, места массового отдыха населения тепличные мини-хозяйства по выращиванию цветов с доступом в них посетителей. Так люди будут знакомиться с процессом выращивания цветочной продукции и, при желании, участвовать в нем. Рядом спикер предложил разместить цветочные павильоны для проведения флористических мастер-классов для детей и взрослых. Посредством познания всей цепочки, от выращивания цветов до создания букета, постепенно будет меняться отношение к восприятию цветов и их роли в нашей жизни, нам захочется чаще встречаться с ними.

Многие слушатели круглого стола в процессе общения высказали мысль, что не только женщины должны быть объектами дарения цветов. Мужчины, которые получают цветы в подарок,

Таким образом, изменение культуры потребления цветов — работа многоплановая, которая может быть осуществлена только совместными усилиями цветочного сообщества



также испытывают положительные эмоции, чувства благодарности за оказанное внимание.

Таким образом, изменение культуры потребления цветов — работа многоплановая, которая может быть осуществлена только совместными усилиями цветочного сообщества. Необходимо объединение креативных, административных, организационных и финансовых возможностей всех участников отрасли. Реализация концепции уже началась. Мы предлагаем всем неравнодушным присоединиться к этому важному мероприятию и в качестве первого шага заполнить небольшую анкету, которая появится у вас при наведении смартфона на [QR-код](#). По вопросам деталей самой концепции и условиям участия с вами всегда на связи Александр Литвиненко aelitvinenko@gmail.com. ☪