



**VALHOR**  
TOUTES LES FORCES DU VÉGÉTAL

Rapport de visite Salon IPM 2026 - Essen (Allemagne) de l'horticulture et de la pépinière



NBW CONSEILS - BRAND WAGENAAR

## Sommaire

### 1. Informations générales

- 1.1. IPM Essen, 42<sup>e</sup> édition du salon leader de l'horticulture en Europe
- 1.2. Naviguer dans un environnement complexe
- 1.3. L'économie allemande vers un nouveau cycle de croissance
- 1.4. Diminution de la production en Allemagne
- 1.5. Tendances pour les pépinières allemandes
- 1.6. Un déficit commercial important pour le commerce horticole allemand
- 1.7. Un salon composé de halls dédiés à des segments de marché
- 1.8. Bonne information avant, pendant et après le salon

### 2. Les stands communs selon les différents pays

- 2.1. Belgique
- 2.2. Chine
- 2.3. Costa Rica
- 2.4. Danemark
- 2.5. France
- 2.6. Pays-Bas
- 2.7. Pologne
- 2.8. Espagne
- 2.9. Turquie
- 2.10. Royaume-Uni
- 2.11. Autres pays

### 3. Les tendances végétales et variétés primées

- 3.1. Vitrine des nouveautés IPM
- 3.2. Le Show Your Colors Award IPM
- 3.3. Le Prix du public

### 4. Les tendances par catégorie d'intrants

- 4.1. Pots et plateaux de plantes en plastique
- 4.2. Emballage des plantes
- 4.3. Alternative à la tourbe
- 4.4. Mécanisation et robotisation horticole
- 4.5. Protection et nutrition des plantes
- 4.6. L'empreinte carbone
- 4.7. Obtention, jeunes plants et boutures
- 4.8. Des solutions développées en commun
- 4.9. Logiciels d'accompagnement de la production et de la distribution
- 4.10. Le cannabis s'expose

### 5. Les événements autour du Salon

- 5.1. Forum des producteurs : l'information et les échanges d'idées
- 5.2. Centre d'innovation en technologie horticole : technologies de pointe pour l'avenir
- 5.3. FDF-World : Coupe des fleuristes
- 5.4. IPM Discovery Center : des concepts de points de vente innovants
- 5.5. Prix du producteur international de l'année : ICOTY Award de l'AIPH
- 5.6. Végétalisation urbaine
- 5.7. Green Cities Europe Award
- 5.8. Perspectives d'avenir pour l'aménagement paysager – relance des conifères
- 5.9. Promouvoir les talents du secteur vert
- 5.10. Dans La Serre : Les émissions de la filière à écouter en continu et en pod-cast

### 6. Conclusion

## 1 - Informations générales de l'édition 2026

### 1-1 IPM Essen, 42<sup>e</sup> édition du salon leader de l'horticulture en Europe

Messe Essen, en Allemagne, était pendant 3 jours la plateforme internationale d'échanges et de communication pour toutes les filières horticoles. Cette 42<sup>e</sup> édition d'IPM ESSEN 2026 couvrait l'ensemble de la chaîne de valeur horticole, comprenant les plantes, les technologies de production et de distribution, l'art floral ainsi que les aménagements de jardin et de paysage, sous la devise : « **Une infinité de solutions vertes** ».

Les attentes des visiteurs n'étaient pas focalisées uniquement sur les produits, mais aussi sur les stratégies d'une filière en pleine transition : comment mettre en œuvre des pratiques commerciales durables dans un contexte de plus en plus incertain ? Quel rôle l'intelligence artificielle y jouera-t-elle aujourd'hui et demain ? Comment réinspirer les clients ? Et comment l'horticulture peut-elle attirer les professionnels qualifiés et les jeunes talents ?

### 1-2 Naviguer dans un environnement complexe

« IPM ESSEN est un rendez-vous attendu chaque année où le secteur horticole échange collectivement sur les défis mondiaux, de manière pratique, internationale et inspirante », a déclaré Oliver P. Kuhrt, PDG de Messe Essen lors de la conférence de presse d'ouverture. « Nos visiteurs découvrent non seulement les tendances, mais aussi des solutions concrètes, des plantes résistantes au changement climatique et adaptées aux nouvelles attentes, dans le respect du développement durable. » Cette conférence IPM a une fois de plus donné le ton pour l'année à venir.

La conférence d'introduction s'est ouverte sur un bilan sectoriel reflétant les réalités auxquelles sont confrontés aujourd'hui les producteurs et les fournisseurs. La hausse des coûts de l'énergie et des matières premières continue de peser sur le secteur, et les comportements des consommateurs ont légèrement évolué en conséquence. Toutefois, le message était clair : la progression n'est jamais linéaire. Des influences politiques aux phénomènes météorologiques extrêmes, de nombreux facteurs façonnent le marché plus que jamais. La position d'IPM Essen en ce début d'année, offre l'occasion de faire le point, de redéfinir les priorités et d'envisager l'avenir avec lucidité.

Les organisateurs ont prévu un programme riche en forums spécialisés, en démonstrations en direct et en compétitions. Après avoir dépassé les 1 500 exposants en 2024 et les années précédentes, dépassé les 1 400 exposants en 2025, un peu moins de 1 400 exposants étaient inscrits cette année. Ce léger recul s'explique en partie par la situation économique difficile dans bon nombre de pays (voir § 1-4), par les concentrations d'entreprises et par le nombre croissant d'exposants qui choisissent de partager un même stand.

### **1-3 L'économie allemande, vers un nouveau cycle de croissance**

L'économie allemande est en train d'opérer un virage stratégique, avec l'augmentation de la dépense publique, alors que la rigueur budgétaire était le credo depuis des décennies. Ce tournant permettrait de relancer l'investissement des entreprises, la consommation des ménages, et de réduire la dépendance du pays aux exportations. La stabilité du PIB au T3 2025 témoigne de cette dualité : la hausse de la dépense publique et de l'investissement privé compense le recul des exportations, qui se dégrade progressivement. Après 0,3 % en 2025, la croissance de l'Allemagne accélérerait nettement en 2026 (1,4 %) et 2027 (1,5 %), la dynamique se diffusant progressivement au secteur privé. Plusieurs défis structurels devront toutefois être relevés afin que le manque de main-d'œuvre et la stagnation de la productivité n'entravent pas cette relance. La croissance prévue en 2026 dépendra aussi des événements géopolitiques et des droits de douane américains, tout en sachant que les perspectives industrielles resteront fragiles.

### **1-4 Forte diminution de la production de plantes d'intérieur**

En 2025, d'après l'Office fédéral de la statistique, 2 821 entreprises horticoles cultivent des fleurs et plantes ornementales sur 5 760 hectares. Les données historiques montrent une diminution constante du nombre d'exploitations et des surfaces cultivées. Par rapport à 2017, 23,1 % des entreprises (soit 847) ont disparu, entraînant une réduction de 12,6 % des surfaces de production (soit 830 hectares). Depuis plusieurs années, les entreprises allemandes doivent faire face à une hausse des coûts de l'énergie, de la main-d'œuvre et des autres intrants, ainsi qu'à un marché de plus en plus difficile, souligne un article de l'association des producteurs allemands (ZVG). Les plantes d'intérieur connaissent la plus forte baisse de production depuis 2021, avec une diminution de 21 %. ZVG explique cette tendance par la hausse importante des coûts énergétiques. [En savoir plus](#)

### **1-5 Tendances pour la pépinière**

En 2025, 1 368 exploitations agricoles allemandes ont cultivé des produits de pépinière, soit une baisse de 11 % par rapport à 2021. La surface consacrée à ces produits atteint 15 350 hectares, également en diminution de 11 %. Les arbres et arbustes d'ornement (hors plantes forestières) constituent la principale catégorie produite avec 45 % de la surface en plein champ. [En savoir plus](#)

### **1-6 Un déficit commercial significatif pour les végétaux d'ornement**

L'Allemagne est le quatrième exportateur mondial et premier pays importateur de végétaux d'ornement, indique le « Bilan annuel 2024 du commerce extérieur des produits de l'horticulture ornementale » publié par FranceAgriMer. Elle affiche un déficit commercial de 1,9 milliard d'euros pour les végétaux d'ornement, ce qui dépasse le double du déficit de la France. Son déficit est également supérieur à celui du Royaume-Uni. L'Allemagne représente 4% des importations françaises de végétaux d'ornement. [En savoir plus](#)

## **1-7 Un salon composé de halls dédiés à des segments de marché**

70 % des exposants viennent de l'étranger. Ils se répartissent sur un peu moins de 100 000 m<sup>2</sup>, occupant les sept halls du salon. Cette année, les halls n'étaient pas entièrement remplis malgré une disposition plus large des allées.

### **1-7-1 Les plantes dans les halls 1, 1A, 2, 5, 6, 7, 8**

Des arbres de pépinière, ainsi que des vivaces, en passant par les plantes aromatiques, les plantes annuelles, celles de balcon, les fleurs coupées et les jeunes plants, le monde végétal déploie toute sa diversité. L'accent est clairement mis sur les plantes adaptées au changement climatique : résistantes à la chaleur et à la sécheresse, ainsi que sur les plantes robustes et faciles à entretenir.

**Les Journées de la commande Landgard** (plus gros marché coopératif allemand) sur le stand de Landgard | Édition de printemps se sont tenues à nouveau dans le hall 1A, s'appuyant sur le succès de leur première édition l'an dernier. Ce format offre aux visiteurs professionnels une plateforme compacte ouverte à tous pour passer commande directement sur le salon et trouver l'inspiration.

**1-7-2 Dans le hall 2**, le Forum des producteurs invite les visiteurs à des conférences et des discussions animées par des experts. Ce hall est surtout destiné aux producteurs pour organiser leur process en allant de l'obtention à la commercialisation en passant par toutes les technologies de la sélection des jeunes plants, graines et boutures.

### **1-7-3 La Technologie s'exposait dans les halls 3, 4 et la galerie**

L'optimisation des ressources, l'automatisation et la numérisation : le pôle technologique a proposé des solutions qui s'adaptent aux exigences de la production moderne. Le Centre d'innovation en technologies horticoles, forum situé dans le hall 4, présentait des approches novatrices en matière d'efficacité énergétique, de gestion de l'eau, de nutrition des plantes et de logistique interne.

Dans l'espace Cannabis.NET du salon IPM Essen, l'Université de Hohenheim (Stuttgart, Allemagne) a fait découvrir ses projets scientifiques actuels relatifs aux cultures industrielles.

Également situé dans le hall 4, le Centre d'information horticole proposait une exposition pédagogique des stratégies pratiques pour renforcer les plantes : production de substrats sans tourbe, gestion des nutriments, biostimulants et méthodes de culture innovantes. Ce centre servait également d'espace d'exposition des nouveautés en lutte intégrée, et les meilleures innovations végétales y ont été mises à l'honneur lors de la première journée du salon.

### **1-7-4 Fleuristerie et commerce de détail dans le hall 5**

Créativité, savoir-faire et inspiration : le Hall 5 accueillait l'espace Fleuriste + Art de vivre. La scène florale IPM proposait quotidiennement des démonstrations et des ateliers d'art floral animés par des stars internationales. À ne pas manquer : le spectacle « Aloha Show » de Björn Kroner, tête d'affiche de l'événement. L'espace Fleuriste organisait également les

concours de bouquets IPM, très appréciés, où les jeunes fleuristes les plus talentueux mettaient en valeur leur savoir-faire.

Parallèlement, l'IPM Discovery Center, conçu par Romeo Sommers, inspirait les visiteurs avec les tendances du commerce de détail : démarches écoresponsables, concepts de points de vente modernes, présentations de plantes porteuses d'émotions et nouvelles façons d'impliquer les consommateurs.

**1-7-5 Hall 7** : Nouveauté cette année : l'espace **Woodland Arena**, situé dans le hall de la pépinière. Il abordait des sujets tels que les variétés d'arbre adaptées aux villes, aux forêts et aux jardins privés, avec les savoir-faire professionnels associés, ainsi que la plantation de haies pour favoriser la biodiversité.

Le prix **Green Cities Europe Award** remis pour la deuxième année consécutive à Messe Essen proposait également des idées novatrices pour la mise en œuvre de projets de transition écologique.

**1-7-8 Le Hall 8** était pratiquement entièrement réservé à la pépinière ornementale néerlandaise, qui présentait, en plus d'une gamme de produits très diversifiée, des concepts marketing inspirants mettant en scène ses produits dédiés à la jardinerie. Les visiteurs pouvaient voter pour le prix Show Your Colours, qui récompense la meilleure « story telling » construite autour d'une plante.

De l'agencement des magasins aux solutions informatiques, en passant par l'étiquetage, l'emballage, la décoration et le marketing : ces solutions sont intégrées dans tous les halls d'exposition, en adéquation avec les espaces thématiques respectifs.

## **1-8 Bonne information avant, pendant et après le salon**

Plusieurs canaux de communication étaient mis à disposition des professionnels : application internet officielle du salon, solution « matchmaking » permettant d'entrer en connexion avant le salon avec les exposants et même entre visiteurs, newsletter quotidienne IPM Daily, ou encore réseaux sociaux, notamment Instagram et LinkedIn. Enfin, de nombreux influenceurs de la filière proposaient du contenu inédit lors de la Journée des créateurs de contenus, événement sur le Salon, intitulée « Green Vibes ».

## **2 Les stands communs selon les différents pays**

Les stands internationaux communs sont un atout majeur d'IPM ESSEN : ils réunissent les exposants d'un même pays ou d'une même région en un seul lieu, facilitent la comparaison des gammes de produits et des solutions, et créent un espace d'échanges sur les tendances, les marchés et les collaborations possibles. Cette année 2026, 14 stands communs de 13 nations étaient présents.

### **2-1 La Belgique dans les halls 2, 6 et 8**

La Belgique a réuni 33 exposants, présents dans les halls 2, 6 et 8. Leur gamme de produits s'étendait des plantes vertes et fleuries en pot aux vivaces et aux arbustes, en passant par les plantes et arbres résistant au climat. La Belgique mettait l'accent sur les pratiques durables, notamment les variétés robustes, les substrats alternatifs, l'utilisation raisonnée des ressources et la protection biologique intégrée pour les plantes.

Dans ce pays, les entreprises horticoles, majoritairement familiales, exploitent 5 826 hectares. La majeure partie de la production se fait en plein air, tandis que la surface sous serre représente 511 hectares. En moyenne, une exploitation horticole couvre 7,72 hectares. Les entreprises horticoles belges réalisent un chiffre d'affaires de 492 millions d'euros, dont 39 % proviennent des fleurs et des plantes ornementales et 61 % du secteur des pépinières. L'horticulture ornementale flamande est traditionnellement très orientée vers l'exportation : 86 % des exportations sont destinées au commerce intracommunautaire, 14 % aux pays tiers – dont 25 % vers le Royaume-Uni. Les plantes belges sont exportées soit directement par la logistique belge, soit par l'intermédiaire des exportateurs néerlandais.

### **2-2 La Chine dans les halls 1 et 6**

Les exposants chinois ont présenté une gamme de produits et de solutions de plus en plus étoffée, notamment des jeunes plants issus de culture in vitro, des plantes en pot, des accessoires horticoles, des engrais, ainsi que des outils et du matériel d'irrigation. Avec 10 exposants cette année, la participation chinoise augmente d'année en année. Des partenariats public/privé pour la production horticole dans des serres de haute technologie montrent une augmentation très rapide des surfaces de production.

### **2-3 Le Costa Rica dans le hall 1**

Sept entreprises costariciennes exposaient sur un stand commun. Elles présentaient une vaste gamme de plantes d'intérieur de haute qualité, avec une attention particulière portée aux ficus et dracaenas aux variétés, couleurs et formes variées. L'offre était complétée par d'autres plantes populaires, telles que les zamioculcas, les philodendrons, les aglaonemas, les alocasias et les yuccas. L'accent était mis sur les procédés de production innovants et technologiques, comme la culture in vitro, ainsi que sur une offre d'orchidées phalaenopsis, toujours dans le respect des normes de qualité, d'environnement et d'une démarche socialement responsable. L'accès du Costa Rica au marché de plusieurs pays européens dont la France, se fait via un contact situé en Espagne.

#### **2-4 Le Danemark dans le hall 6**

Sur le stand danois commun organisé par Floradania (grosse coopérative d'exportation des producteurs danois) dans le hall 6, 27 co-exposants étaient présents. 6 autres pépinières et entreprises de distribution danoises disposaient de stands individuels dans les environs. Plantes vertes et fleuries étaient mises à l'honneur, offrant ainsi un panorama complet du secteur danois qui se distingue par des végétaux de petit format et un accompagnement marketing original. Les plantes danoises sont principalement distribuées en France et en Europe du Sud par les exportateurs néerlandais.

#### **2-5 La France dans les halls 2 et 7**

La France était présente sous le label CHOOSE FRANCE, avec le soutien de VALHOR, dans les halls 2 et 7. Le hall 2 est consacré aux innovations variétales, aux sélections de plantes ainsi qu'aux jeunes plants, tandis que le hall 7 met l'accent sur l'offre des pépiniéristes, complétée par des services logistiques. Pour 2026, les pavillons français ont adopté un concept de stand ouvert et moderne, axé sur la créativité, l'innovation et le développement durable, avec notamment un design aéré et des éléments en bois naturel. VALHOR a présenté ses dernières innovations lors d'un petit déjeuner de presse le mercredi matin.

#### **2-6 Les Pays-Bas dans les halls 1 et 8**

Royal FloraHolland exposait dans le hall 1 avec le nouvel espace « Product Square ». Ce dernier mettait en avant les services de Floriday, ainsi qu'un aperçu d'une large gamme de fleurs et de plantes.

Le deuxième stand commun néerlandais était situé dans le hall 8 et organisé par BIZZ Holland (organisation d'exportation des pépiniéristes néerlandais). Une quarantaine d'entreprises et quatorze marques y ont présenté leurs produits et ont mis en valeur la richesse de la production néerlandaise. L'offre comprenait des arbres d'alignement, des arbustes d'ornement, des conifères et des rosiers, ainsi que des plantes vivaces, du matériel de multiplication et divers services. L'attraction principale était le « Modèle de jardinerie de Show Your Colours » : des tables thématiques modèles, accompagnées de supports marketing ont été aménagées dans un environnement de jardinerie. Des démonstrations et présentations quotidiennes proposaient des compositions originales de plantes en pot. Il est à noter que la présence des plantes d'intérieur et fleurs coupées de FloraHolland se réduit d'année en année dans le Hall 1 tandis que celle des produits de pépinière et plantes à massif se renforce dans le Hall 8.

#### **2-7 La Pologne dans le hall 6**

Le stand polonais, regroupant 128 pépinières et organisé par l'Association polonaise des pépiniéristes (ZSzP) en collaboration avec l'Agence de promotion des pépinières (Agencja Promocji Zieleni), se situait dans le hall 6. L'offre s'étendait des plants et jeunes plants aux plantes en conteneurs et aux plantes d'extérieur. Arbres, arbustes et vivaces pour espaces verts publics et institutionnels, ainsi que pour les jardins privés, y étaient présentés. La progression des exportations horticoles polonaises est l'une des plus dynamiques en Europe.

## **2-8 L'Espagne dans le hall 6**

L'association FEPEX organise le pavillon espagnol dans le hall 6. Vingt-sept entreprises membres des associations professionnelles affiliées y participaient.

Au premier semestre 2025, plus de 10 % des fleurs et plantes espagnoles ont été exportées vers l'Allemagne, soit un volume de 46,5 millions d'euros. Ce sont majoritairement de grandes plantes, arbres et arbustes qui sont mis en avant sur IPM, sur des stands très ouverts offrant une belle convivialité.

## **2-9 La Turquie dans le hall 6**

Vingt entreprises turques de premier plan participaient au stand commun. On y trouve des plantes ornementales d'extérieur, des arbres et des arbustes, ainsi que des contenants pour plantes. Parmi les grandes tendances actuellement mises en avant par la Turquie figurent les plantes peu gourmandes en eau, les aménagements paysagers résistants à la sécheresse et la commercialisation de leurs espèces indigènes. L'offre turque, soutenue par des partenariats public-privé, est encore en recherche de chemins pour faciliter ses exportations en Europe, mais sa présence à IPM se renforce chaque année.

## **2-10 Royaume-Uni dans le hall 7**

Le stand commun du Royaume-Uni est organisé par la Commercial Horticultural Association (CHA), avec la participation de dix entreprises en 2026. L'offre comprend des plantes et jeunes plants, des contenants réutilisables, des étiquettes, des services de conception et d'aménagement, ainsi que des solutions pour serres et tunnels. Parmi les tendances importantes au Royaume-Uni, on note notamment les plantations adaptées au changement climatique et économes en eau, les plantes sans tourbe, un intérêt accru pour les plantes vivaces et les plantes ornementales nécessitant peu d'entretien, des concepts de plantation favorisant la biodiversité et des solutions pour les petits espaces.

## **2-11 Autres pays**

D'autres pays se présentent sur des stands communs : **Israël** (Hishtil Afula) dans le hall 2, le **Portugal** (Portugal Fresh) dans le hall 6 et les **États-Unis** (SUSTA) dans le hall 2, l'**Inde** (organisée par Coir Board, hall 4).

**Les Italiens** ne sont pas regroupés ensemble, mais ils sont répartis sur l'ensemble des halls, principalement représentés par des coopératives de commercialisation ou de grandes entreprises d'exportation.

**Les producteurs allemands** sont répartis dans tous les halls, en tant qu'entreprises individuelles ou au sein de coopératives de commercialisation comme **Landgard** ou le **Veiling Rhein Maas**.

Par ordre d'importance du nombre d'exposants, les Allemands, qui jouent à domicile, ont le plus grand nombre de stands, suivis par les Néerlandais, les Espagnols, les Italiens et les Turcs.

### 3 Les tendances végétales et variétés primées sur cette édition IPM

#### 3-1 Vitrine des nouveautés IPM

Le concours appelé « vitrine des nouveautés » a attiré 42 candidatures de 27 exposants, et huit nouvelles variétés ont été primées dans six catégories. Ces lauréats témoignent des tendances du marché et de la capacité du secteur à relever des défis, tels que l'urbanisation, le changement climatique et la demande des consommateurs de plantes polyvalentes et résistantes.

Ces nouveautés 2026 étaient visibles à l'Information center Horticulture du hall 4 dans les catégories suivantes :

**Plantes à floraison printanière : Pericallis x hybrida Senetti® Blue Spoon** de Suntory Flowers Europe (Pays-Bas). Cette variété s'est distinguée par son abondance de fleurons ligulés bleus en forme de cuillère, contrastant avec un cœur jaune vif, et par son port compact et buissonnant.

**Plantes à massif et de balcon : Gerbera Garvinea® Sweet Pastry**, de HilverdaFlorist (Pays-Bas), reconnu pour sa coloration moderne, sa forme compacte et sa floraison remontante continue, ce qui le rend idéal pour les massifs, les pots et même les bouquets.

**Plantes d'intérieur à floraison : Tillandsia Camina®**, d'Anthura BV. Sa croissance vigoureuse et ses inflorescences abondamment ramifiées, d'un rose à violet profond, contrastent de façon saisissante avec son feuillage vert foncé, ce qui en fait une plante remarquable pour les intérieurs.

**Pour les plantes ligneuses, plusieurs variétés ont été sélectionnées cette année :**

**Cercis griffithii Blue Lagoon ('RAFMAR1'PBR)** de Kordes Jungpflanzen Handels en Allemagne, connu pour ses rares feuilles bleu-gris en forme de cœur et sa floraison précoce, bénéfique également aux pollinisateurs.

**Ficus carica Fignomenal ('PT-DF-14'PBR)** des pépinières Fitzgerald en Irlande a impressionné le jury par sa petite taille, alliant attrait ornemental, valeur comestible et adaptation au jardinage urbain, aussi bien intérieur qu'extérieur.

**Rhododendron hybride 'Grazeasy® Purple'** de Diderk Heinje Pflanzenhandelsgesellschaft en Allemagne a été distingué pour ses fleurs luxuriantes d'un violet intense se détachant sur un feuillage étroit et foncé, ainsi que pour sa polyvalence en pot, en haie ou en plante isolée.

**Fleurs coupées : Clematis AMAZING®™ TOKYO ('Zo07201'PBR)** de Marginpar, aux Pays-Bas. Ses tiges robustes et ses fleurs épanouies offrent une grande variété de possibilités en composition florale et un impact visuel saisissant dans les bouquets et les arrangements.

**Plantes vivaces : Yucca 'French Flag' (PBR)** de Plantipp BV a été récompensée pour sa résistance à la sécheresse, sa forme architecturale et son adaptation aux jardins de style méditerranéen, ainsi que pour sa floraison mellifère de mai à juin.

### **3-2 Le Show Your Colors Award IPM Prix Show Your Colours : du storytelling autour des plantes**

Ce concours s'adressait aux exposants de l'organisation BIZZ sur IPM présentant des arbustes, des vivaces et d'autres plantes, et récompensait les concepts, au-delà de la simple qualité horticole.

L'accent était mis sur la valeur ajoutée de la plante – par exemple, à travers une histoire racontée, une présentation soignée ou un concept marketing clair. Qu'il s'agisse d'une plante unique ou d'une gamme complète, le critère décisif était ce petit quelque chose qui laissait une impression durable sur le lieu de vente.

**1<sup>er</sup> prix : l'aubergine Solanum Melongena présentée par Vreugdenhil Young Plants a fait sensation lors du concours Show Your Colours Award, remportant la première place. Cette aubergine compacte a séduit par sa grande valeur ornementale, son aspect attrayant et ses avantages pratiques indéniables pour le consommateur final – un exemple parfait de la façon dont plaisir et qualités esthétiques peuvent s'allier harmonieusement.**

**2<sup>e</sup> prix : le Rhododendron hybride 'Grazeasy Purple' par Diderk Heinje poursuit son ascension fulgurante à IPM : cette variété a décroché la 2<sup>e</sup> place du Prix « Show Your Colours ». Auparavant, elle avait déjà impressionné lors de la présentation des nouveaux produits de l'IPM organisée par ZVG, en remportant le Prix dans la catégorie « Plantes ligneuses ». Ce succès confirme une fois de plus la grande valeur commerciale et esthétique de ce rhododendron.**

**3<sup>e</sup> prix : le Salix candida 'Jefberg' (First Editions Iceberg Alley) par Joh. Stolwijk & Zonen : Ce saule ornemental compact a séduit par son concept de vente ingénieux, son feuillage argenté poudré remarquable et sa valeur ajoutée pour les pollinisateurs – un atout majeur pour les détaillants.**

**3-3 Le prix du public a été décerné au cannabis BCN Critical XXL Autoflower.**

## 4 Les tendances par catégorie d'intrants

### 4-1 Pots et plateaux de plantes en plastique

Trois grandes tendances se distinguent :

- Les pots et plaques en matière plastique recyclée, **récupérables et réutilisables**, type EPT (système Euro Plant Tray)
- Les pots en plaques en matière plastique recyclées et **recyclable**, qui utilisent de moins en moins de matière vierge.
- Les pots et plaques issus de **matières premières alternatives** et renouvelables.

D'après les fabricants de pots plastiques, la première solution, **récupérable et réutilisable**, s'impose progressivement, mais l'évolution est plus lente que prévu en raison des énormes investissements nécessaires pour atteindre une quantité suffisante et en raison de la complexité de la coordination logistique que ce système nécessite.

Les productions de plastiques **recyclables** ont fait d'importants progrès technologiques et restent abordables pour les utilisateurs, mais ont quand même l'impact environnemental le plus significatif.

Les pots et plaques issus de **matières premières alternatives** ont du mal à rester compétitifs dans cette période de marges restreintes dans les filières.

Il est intéressant de constater actuellement le rassemblement vers un même objectif d'entreprises qui se faisaient une concurrence féroce depuis des années : **l'Initiative pour des emballages durables en horticulture (HSPI)**, réunit treize des principaux fabricants et fournisseurs d'emballages du secteur horticole, sous le nom de HSPI, pour rendre les emballages de fleurs et de plantes plus durables. En travaillant en étroite collaboration, ils visent à accélérer la transition vers des emballages plus respectueux de l'environnement.

<https://hspi2030.com/>

Le secteur horticole ornemental européen est confronté à l'une des plus importantes réformes réglementaires de ces dernières décennies. Le règlement européen sur les emballages et les déchets d'emballages (PPWR), pierre angulaire du Pacte vert pour l'Europe, est entré en vigueur le 11 février 2025. Bien que ce règlement soit désormais en vigueur, nous sommes actuellement dans la phase de pré-application : les États membres de l'UE commenceront à appliquer leurs obligations nationales, telles que l'enregistrement, l'étiquetage et la déclaration, à compter du 12 août 2026.

Les solutions existent mais la majorité des producteurs se trouvent dans une période de marges contraintes et de résultats en baisse, ce qui paralyse les investissements dans de nouvelles solutions.

### 4-2 Emballage des plantes

Air Tray Technologies, une filiale de Blackmore Company, présentait Plant-It-Friendly™, un manchon de vente au détail recyclable révolutionnaire, 96 % de plastique en moins, entièrement personnalisable et conçu pour remplacer les pots et étiquettes en plastique traditionnels. Les fournisseurs de housses d'emballage de fleurs coupées et de plantes associent le papier compostable et le plastique recyclable. D'autres fabriquent du papier durable issu de déchets agricoles, des tiges et des feuilles restantes après la récolte : un papier circulaire de haute qualité pour l'emballage floral.

#### **4-3 Alternative à la tourbe**

L'évolution de la réduction de la part de tourbe dans les substrats est irréversible, en dépit des défis techniques que cela représente. Le mouvement a été initié par les partis écologistes principalement au Royaume-Uni et en Allemagne pour aboutir à des réglementations contraignantes. Mais ce sont aussi les grandes sociétés de distribution de fleurs et plantes et le grand public qui exigent actuellement de leurs producteurs fournisseurs des plantes élevées sans tourbe ; et cette pression est beaucoup plus forte que les contraintes réglementaires.

Certains fournisseurs de terreau et substrats de culture travaillent maintenant depuis plusieurs années sur cette question, avec l'accompagnement des instituts de recherche et l'aide des producteurs pour la mise en pratique.

Les principales matières premières qui entrent dans les mélanges sont la fibre de bois, les fibres de noix de coco, les composts verts. D'autres ingrédients sont utilisés : la mousse de sphaigne renouvelable, les miscanthus, le Biochar qui est un charbon à grande capacité d'absorption de CO<sub>2</sub>.

**Où en sommes-nous en 2026 :** les difficultés de récolte de la tourbe dans les principaux pays producteurs, dues à des conditions météorologiques très humides, ont renforcé la problématique, provoquant un manque de matière première équivalent à 50 % des quantités habituelles. Alors que la demande explose, le marché chinois à lui seul augmente sa demande de près de 400 %. Cependant, ce manque reste conjoncturel. En revanche, la pression réglementaire et environnementale est devenue structurelle et oblige tous les acteurs à envisager d'autres solutions.

Le conseil à donner aux producteurs : assurez vos commandes pour 2026.

#### **4-4 Mécanisation et robotisation horticole**

L'automatisation et la robotisation des opérations de production et de logistique sont très avancées. Le problème actuel est de trouver les moyens d'investir dans ces nouvelles technologies et de se mettre à niveau ou de trouver les ressources humaines pour les utiliser. Vu à IPM Essen 2026 : chez Javo Orange, des machines et système d'automatisation modulaires qui peuvent s'adapter à toutes les configurations de production.

#### **4-5 Protection et nutrition des plantes**

Le secteur ornemental est confronté à des défis croissants et les producteurs s'efforcent de produire des cultures de haute qualité tout en réduisant les résidus chimiques. La disponibilité limitée des pesticides à large spectre, l'augmentation des ravageurs secondaires en tant que menaces principales et la demande de plantes sans défaut ont ajouté de la complexité à la problématique de protection des cultures. Biobest et Koppert restent les leaders incontestés dans les domaines de la protection biologique intégrée en innovant chaque année par des solutions performantes.

En ce qui concerne la nutrition des plantes, les bio-stimulants font un retour en force.

#### **4-6 L'empreinte carbone**

Pratiquement toutes les grandes entreprises, de manière plus ou moins convaincante, mettent en avant leurs actions vertueuses en termes d'amélioration de leur bilan carbone. Des outils de mesure de ces processus se multiplient depuis le

calculateur HortiFootprint qui mesure l'impact environnemental des plantes en pot et des fleurs coupées sur l'ensemble de leur cycle de vie, cette base est reprise par de nombreuses entreprises de service qui proposent leurs compétences et leurs logiciels adaptés aux producteurs.

#### **4-7 Obtention, jeunes plants et boutures**

L'offre de jeunes plants et boutures se caractérise par la concentration d'entreprises sur les dix dernières années. Le marché est dominé par cinq grandes entreprises généralistes qui regroupent un nombre important de structures ayant leurs progrès génétiques, mais le mouvement de concentration ne semble pas terminé.

Les nouvelles technologies d'obtention qui peuvent raccourcir la durée du temps de sélection, comme CRIPS-CAS, demandent un investissement gigantesque en capital.

La diversité végétale est infinie, comme le précise le slogan du salon IPM, mais pour ces entreprises, il faut choisir et privilégier : des sélections homogènes, présentant un temps réduit de culture, une résistance aux parasites et aux maladies, avec en prime une bonne résistance aux contraintes logistique et une facilité d'entretien chez l'utilisateur.

#### **4-8 Des solutions développées en commun**

Selecta a développé une innovation révolutionnaire : le RCS 2.0. Il s'agit d'un système de multiplication dans lequel les boutures sont enracinées dans des sacs en papier spéciaux. Le procédé est consolidé par un accompagnement en mécanisation de la plantation et par des substrats adaptés. Les innovations actuelles ne sont plus le fait d'une seule des parties prenantes, mais le résultat d'une concertation et collaboration entre plusieurs des maillons des filières, obtenteurs/multiplicateurs, entreprises de mécanisation et robotisation, fournisseurs de contenants, fournisseur de substrats.

#### **4-9 Logiciels d'accompagnement de la production et de la distribution**

Le nombre d'entreprises proposant des solutions informatiques globales : gestion de la production, gestion commerciale et gestion comptable, profitent des progrès extrêmement rapides de l'IA qui s'adapte aux problématiques horticoles aussi facilement que vers d'autres filières. La pratique dans le temps permettra probablement de faire le tri dans cette offre pléthorique.

#### **4-10 Le cannabis retient l'attention**

Le kit de culture Seedstockers Mini rend la culture de cannabis simple, rapide et accessible aux débutants. Idéal pour les balcons, les jardins ou même un rebord de fenêtre ensoleillé à la maison.

Chaque kit comprend :

- Un contenant prêt à l'emploi fabriqué à partir de matériaux recyclés
- Sol de haute qualité, pré-fertilisé
- Deux graines de cannabis féminisées à autofloraison

Il suffit d'ajouter de l'eau et de la lumière. Les plantes achèvent leur cycle de vie complet en dix à onze semaines environ après la germination.

## 5 Les évènements autour du salon

Avec un programme complet d'accompagnement - connaissances, tendances et inspiration au plus près de l'évolution, cette édition 2026 a impressionné par la richesse de son programme. Le Forum des producteurs et le Centre d'innovation en technologies horticoles ont suscité un vif intérêt et se sont distingués par la qualité de leurs conférences.

### Visites guidées

Compact, informatif et pratique : IPM ESSEN a proposé des visites guidées exclusives selon des thèmes clés en horticulture.

#### 5-1 Forum des producteurs : l'information et les échanges d'idées

Le Forum des producteurs dans le hall 2 s'est concentré sur des conférences axées sur la pratique, des tables rondes et des visites guidées sur les sujets d'actualité dans le domaine de l'horticulture. Des experts du secteur ont partagé leurs idées sur des solutions de production innovantes, des concepts durables et des stratégies d'avenir. Cette année, deux experts TASPO sont intervenus au Forum des producteurs : Julia Hübert, jardinière spécialisée en plantes ornementales et désormais rédactrice chez TASPO, et Thilo Conrad, directeur du marketing stratégique. Sous le titre « Ce qui fonctionne. Ce qui perdure. Ce qui va arriver », ils ont abordé des sujets d'actualité qui impactent le secteur, du poids des changements politiques aux faillites, en passant par la hausse du salaire minimum et des autres charges. Les deux experts ont contextualisé ces évolutions pour le secteur horticole et la culture des plantes ornementales. Un constat s'impose : le nombre d'entreprises diminue, tandis que les exigences augmentent. On attend désormais des plantes qu'elles soient non seulement esthétiques, mais aussi qu'elles apportent une réelle valeur ajoutée.

#### 5-2 Centre d'innovation en technologie horticole : technologies de pointe pour l'avenir

Dans le hall 4, le centre d'innovation Horticulture Technologie a proposé une vue sur l'avenir du secteur avec des technologies durables et efficaces. Des thèmes tels que la durabilité par le recyclage, l'automatisation et l'énergie alternative ont été mis à l'honneur. La culture du cannabis et les systèmes de plantation verticale ont également été abordés. L'accent y est mis sur les applications pratiques : la qualité de l'eau d'irrigation et l'impact du pH sur la disponibilité des nutriments pour les plantes – deux paramètres essentiels à prendre en compte lors du changement de substrat. Le thème « Réduction de la tourbe en horticulture : l'influence des coûts de main-d'œuvre » a été très suivi. Seule une connaissance approfondie des structures de coûts propres à chaque exploitation et un enregistrement précis des variations des facteurs lors d'un changement de substrat permettent d'évaluer et d'apprécier de manière pertinente l'impact sur les résultats économiques au niveau de la culture.

#### 5-3 FDF-World : Concours de fleuristes

La créativité, le savoir-faire des fleuristes, et une multitude de créations attendaient les visiteurs et les participants de l'IPM Messe Cup. Ce concours majeur du secteur floral en Allemagne a montré de magnifiques créations florales et horticoles.

Sous le slogan « Là où la nature n'a pas de frontières », les participants ont présenté une nouvelle fois leurs compétences et leurs réalisations dans les catégories « Bouquet », « Plante en pot » et « Culture en vase » au public professionnel.

Lors de la cérémonie de remise des prix, le 30 janvier 2026, le jury a récompensé trois lauréats individuels. De plus, une lauréate, Bärbel Grzenia, a reçu la prestigieuse Coupe du Salon IPM pour l'ensemble de ses performances. Les jeunes talents ont également été mis à l'honneur : deux apprentis brillants ont reçu des prix spéciaux.

#### **5-4 IPM Discovery Center : des concepts de points de vente innovants**

Dans le hall 5, le centre de découverte IPM, sous la direction de Romeo Sommers, présentait des concepts de points de vente créatifs, les tendances actuelles pour le commerce de détail et des idées pour un commerce écoresponsable. Cette année, l'IPM Discovery Center sponsorisé par Kahler avait pour thème « La matière brute réinterprétée en vert ». Inspiré du complexe Barbican de Londres, il mêlait architecture brute et nature luxuriante. Des visites guidées étaient organisées plusieurs fois par jour, offrant un aperçu des concepts de vente au détail modernes et une source d'inspiration précieuse.

#### **5-5 Prix du producteur international de l'année**

Le 27 janvier 2026, les principales personnalités du secteur horticole se sont réunies à IPM Essen pour la prestigieuse cérémonie des IGOTY Awards organisée par l'AIPH. Parmi les dix finalistes, trois ont remporté un trophée.

**Gagnante de la Rose d'Or**, l'entreprise Hillier Nurseries LTD, producteur britannique d'arbustes et d'arbres, a reçu le titre de Producteur international de l'année 2026.

En plus du prix Gold Rose, Hillier Nurseries a également remporté le Prix de la catégorie Plantes et arbres finis, et le Prix de la catégorie Durabilité.

#### **5-6 Végétalisation urbaine**

Le nouvel espace Woodland Arena du hall 7 a rencontré un vif succès. Il a permis de répondre à des questions cruciales concernant la végétalisation urbaine adaptée au climat et à impact climatique positif, et a mis en lumière l'importance croissante de l'horticulture dans la société – un levier essentiel pour ouvrir de nouvelles perspectives au secteur et renforcer son rôle dans la sphère publique et politique. Parmi les conférences les plus appréciées du public figuraient « Plantes ligneuses d'avenir : la sélection des plantes pour les zones inondables » et « La biodiversité commence dans les gènes : l'importance des plantes ligneuses indigènes ».

#### **5-7 Green Cities Europe Award**

La cérémonie de remise des Prix s'est déroulée le 29 janvier, dans le hall 7. Un jury international indépendant d'experts a évalué les projets soumis selon des critères précis, notamment :

- Qualité et étendue de la végétalisation
- Qualité de la conception
- Impact écologique et économique
- Degré d'innovation (matériaux, concepts, etc.)
- Transférabilité à d'autres villes

Parmi les huit pays participants, les trois finalistes pour 2025 étaient :

**En 1<sup>ère</sup> place**, la Belgique avec le Zuidpark, Anvers, un projet exemplaire de transformation de zones urbaines défavorisées en espaces verts de grande qualité. Ce projet allie loisirs, biodiversité et convivialité, et démontre comment revitaliser des surfaces autrefois imperméabilisées.

**En 2<sup>è</sup> place**, la France avec le Parc des Ateliers à Arles, un parc moderne qui allie architecture paysagère, culture et développement durable. Ce projet se distingue par une conception de grande qualité et une forte intégration écologique au sein du milieu urbain.

**En 3<sup>è</sup> place**, la Pologne avec le projet « Burza » de Varsovie axé sur un développement urbain adapté au climat. Des mesures ciblées de végétalisation améliorent la gestion des eaux pluviales, réduisent les îlots de chaleur et contribuent significativement à améliorer la qualité de vie en ville.

### **5-8 Perspectives d'avenir pour l'aménagement paysager – relance des conifères**

Pendant cette édition, le nouveau programme de promotion collective « **We Love Conifers** » a été officiellement lancé. Douze producteurs de conifères de renom se sont associés pour repositionner le conifère comme la plante incontournable des jardins et espaces publics modernes et résilients face au changement climatique. Cette initiative apporte une réponse efficace à l'urbanisation croissante et à la demande grandissante de vert toute l'année.

À l'heure où les gouvernements et les particuliers recherchent des solutions aux problèmes de chaleur, de gestion de l'eau, de qualité de l'air et de biodiversité, le conifère démontre sa valeur en tant que ressource précieuse et discrète.

Les conifères sont incroyablement robustes, résistants et nécessitent un entretien minimal. Leur aspect vert soigné et permanent apporte sérénité et structure aux jardins privés comme aux espaces publics. De plus, grâce à leur système racinaire puissant, ils s'adaptent à différents types de sols et résistent aux conditions climatiques extrêmes.

### **5-9 Promouvoir les talents du secteur vert**

Afin d'accompagner la nouvelle génération et de favoriser le dialogue, la première Journée des jeunes entrepreneurs s'est tenue à l'IPM ESSEN le mercredi 28 janvier 2026, au Centre des congrès. Le renouvellement générationnel est en plein essor dans le secteur horticole allemand. Les jeunes entrepreneurs d'aujourd'hui sont confrontés à des défis majeurs : transformation économique, pénurie de main-d'œuvre qualifiée et nouvelles exigences du marché. Face à ces enjeux, les échanges peuvent s'avérer déterminants.

L'espace Carrières Vertes est un service supplémentaire proposé aux exposants pour partager annonces et accéder à des candidatures.

### **5-10 DANS LA SERRE : Des émissions à écouter en continu sur la filière**

Dans le podcast officiel de l'IPM « FROM THE GREENHOUSE », des experts du secteur et des innovateurs du secteur vert partagent leurs idées au travers d'entretiens et de discussions captivantes. Le podcast (en allemand) met en lumière les tendances actuelles, les défis et les développements prospectifs. Les visiteurs ont eu la possibilité d'assister à l'enregistrement dans le studio de serre du hall 5 de l'IPM Discovery Center et d'obtenir un aperçu des coulisses du format. La présentatrice est Fenia Hirsch, connue pour le podcast « GrünGerede » (« discussions vertes »).

## 6 Conclusion

Pour commencer la nouvelle saison, l'édition de cette année a envoyé un signal positif en ces temps difficiles. Le comité d'organisation annonce 1 476 entreprises exposantes, soit une hausse de 3 % par rapport à l'année précédente. Cependant, plusieurs exposants partagent le même stand, les entreprises se regroupent, et le nombre de producteurs présents est probablement en baisse, conformément à la diminution du nombre d'entreprises encore en activité en France et dans d'autres pays.

Mais ce Salon reste le lieu et le moment incontournables pour découvrir les innovations, toucher de nouveaux publics cibles et affirmer l'importance sociétale de l'horticulture. « Une fois de plus, IPM ESSEN s'est imposée comme la vitrine internationale de la filière horticole, tout en étant le point de rencontre et le marché incontournable pour les producteurs du monde entier. » résume Oliver P. Kuhrt, PDG de Messe Essen. La forte pression économique, l'incertitude des marchés et les exigences croissantes en matière de production et de commercialisation ont alimenté de nombreuses discussions, alors qu'une volonté affirmée de façonner l'avenir était clairement présente. De ce fait, la demande était forte en matière d'informations, de nouvelles technologies, de produits innovants et de concepts de vente modernes pour assurer la pérennité des entreprises.

Parmi les visiteurs professionnels internationaux, les Pays-Bas constituaient le groupe le plus important, suivis par l'Italie et d'autres marchés européens, tels que la République tchèque, la Belgique, la France, la Roumanie et la Turquie. La Grande-Bretagne/l'Irlande du Nord, l'Espagne et les États-Unis figuraient également parmi les principaux pays d'origine des visiteurs. Par ailleurs, le Salon s'est révélé un lieu propice à la concrétisation d'affaires : au moment de l'enquête, 22 % des visiteurs professionnels ont déclaré passer commande directement à IPM ESSEN. De plus, 63 % envisagent des achats ultérieurs en fonction des contacts et des informations obtenus. La qualité des visiteurs est restée élevée : 68 % des répondants se sont décrits comme des décideurs.

**La menace qui inquiète le plus les exposants et les visiteurs est la diminution progressive des marges. Le végétal n'est pas commercialisé à sa juste valeur.**

**Les innovations et nouvelles solutions existent, sont même très performantes et promettent un bel avenir, mais elles demandent des investissements, et sans marges suffisantes, c'est difficile à mettre en œuvre.**

**Il est probable que le végétal ornemental pour le paysage et les collectivités devienne pendant un temps, le relai de croissance du végétal ornemental pour les particuliers.**

Redorer le blason du végétal, rehausser sa valeur pour pouvoir le faire pousser dans toutes les sphères de la société. Le constat s'impose : le nombre d'entreprises diminue, tandis que les exigences augmentent. On attend désormais des plantes qu'elles soient non seulement esthétiques, mais aussi qu'elles apportent une réelle valeur ajoutée.

**Les tendances les plus en vue :**

**Les substrats à faible teneur en tourbe et respectueux de l'environnement.** Les échanges ont été marqué par la participation directe de toutes les parties prenantes,

**Les plantes résistantes au changement climatique** demeurent un axe majeur de la sélection variétale et du développement de nouveaux produits. Parallèlement, il est apparu clairement que le marché s'oriente de plus en plus vers des variétés associées des usages, voire à un mode de vie, au détriment du produit lui-même.

**La production durable et intelligente,** les matériaux alternatifs, les emballages et l'économie circulaire sont devenus des enjeux stratégiques incontournables, et non plus des arguments marketing supplémentaires,

**L'I.A. a déjà pénétré tous les maillons des filières :** l'obtention, la programmation et la technologie de production des plantes et fleurs, la logistique et la distribution des produits. Reste à comprendre comment la gérer.

**Les réseaux sociaux, par l'événement « Green Vibes »,** dédié au marketing par les créateurs de contenus. Le secteur évolue aussi dans sa manière de s'adresser aux groupes cibles. Le commerce en ligne est considéré comme un axe majeur de développement pour les fleurs et les plantes.

**La phase de concertation pré-concurrentielle prend de l'importance**

**Pour faire face aux évolutions très rapides du contexte actuel,** il s'avère nécessaire de se concerter entre acteurs d'un même métier, mais aussi avec les acteurs des métiers en amont et en aval. Il devient souvent nécessaire de mutualiser les forces, imaginer des solutions transversales pour répondre aux défis toujours renouvelés. Cette notion de concertation dans une phase préconcurrentielle constructive qui était nettement perceptible l'année dernière, s'est renforcée au cours de cette édition d'IPM Essen.

Brand WAGENAAR – NBW Conseils

**Liens utiles :**

**Liens contexte**

[Association horticole centrale \(ZVG\), Moins d'exploitations agricoles, moins de terres : la culture des plantes ornementales s'intensifie, 4 décembre 2025.](#)

[Gabot.de, Pépinières d'arbres en 2025 : de moins en moins d'entreprises, 29 octobre 2025.](#)

[FranceAgriMer, Commerce extérieur des produits de l'horticulture ornementale – Bilan annuel 2024, 2è semestre 2025.](#)

Statistiques de Douanes (françaises et étrangères) issues de DataTradeMonitor et exploitées par FranceAgriMer. <https://www.valhor.fr/actualites/balance-commerciale-des-vegetaux-dornement-france-europe>

[Fiche pays rédigée par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.](#)

[Ministère de l'Agriculture – Business France, Etude pays –](#)

[Allemagne.https://www.valhor.fr/actualites/balance-commerciale-des-vegetaux-dornement-france-europe](https://www.valhor.fr/actualites/balance-commerciale-des-vegetaux-dornement-france-europe)

**Liens IPM Essen**

IPM Essen nouveautés : <https://www.ipm-essen.de/news-en/>

IPM Essen exposants : <https://www.ipm-essen.de/exhibitors/>

IPM Trade Faire : <https://www.ipm-essen.de/world-trade-fair/>

BGI Der Verband des Deutschen Blumen- Groß- und Importhandels - L'Association du commerce allemand de gros et d'importation de fleurs <https://bgi-ev.de/>

ZVG Zentralverband Gartenbau - L'Association centrale d'horticulture

<https://www.derdeutschegartenbau.de/presse/>

AIPH - <https://aiph.org/latest-news/ipm-essen-2025-celebrating-endless-green-variety-in-horticulture/>