

Munich, le 24 février 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

INHORGENTA 2026 : Un hommage à l'excellence et à la passion artisanales

- **INHORGENTA poursuit sa croissance en pertinence et en rayonnement**
- **Environ 900 exposants avec 1 200 marques issus de 35 pays**
- **Plus de 25 000 visiteurs professionnels provenant de 94 pays**
- **Forte satisfaction des clients en matière d'organisation, d'internationalité et d'atmosphère**

INHORGENTA 2026 a confirmé son rôle de salon leader européen pour le secteur de la bijouterie, de l'horlogerie et des pierres précieuses. Du 20 au 23 février 2026, Munich a été pendant quatre jours le centre névralgique des décideurs, acheteurs, marques et manufactures du monde entier.

Environ 900 exposants avec 1 200 marques issus de 35 pays – dont 55 pour cent internationaux – ont présenté leurs dernières collections et innovations. Plus de 25 000 visiteurs professionnels provenant de 94 pays ont rempli les halls. Le salon souligne ainsi son importance croissante dans le contexte du marché mondial. INHORGENTA continue de gagner en rayonnement et en pertinence.

« Ces dernières années, INHORGENTA a considérablement renforcé son attractivité », déclare Stefan Rummel, CEO de Messe München. « Nous la développons de manière constante – sur le plan du contenu, de la conception et à l'international. Cette année, nous avons défini un thème directeur également pour les années à venir : Craftsmanship – un hommage à l'excellence et à la passion artisanales du secteur. »

Business, scène et rencontre

INHORGENTA s'est présentée énergique, créative et confiante. Dès l'entrée aux couleurs intenses Coral Orange Glow et Marigold Yellow, avec une installation de l'artiste polonais Oskar Zieta, un signal fort a été donné – tant sur le plan visuel qu'atmosphérique. Cette énergie, cette créativité et cet optimisme ont marqué l'expérience dans tous les halls.

Aujourd'hui, INHORGENTA est bien plus qu'un salon professionnel classique. C'est un lieu où commerce, culture et communauté se rejoignent – un forum pour le dialogue, l'inspiration et la rencontre personnelle. Dans un monde de plus en plus marqué par le numérique, elle incarne la confiance, l'authenticité et la proximité humaine – des valeurs qui caractérisent depuis toujours le secteur de l'horlogerie et de la bijouterie.

La valeur de l'artisanat

Pour la première fois, INHORGENTA s'est tenue sous un thème directeur clair : « Craftsmanship » est un hommage au savoir-faire artisanal, à la passion et à la qualité qui façonnent le secteur. Pendant quatre jours, les halls d'exposition se sont transformés en un atelier ouvert et vivant. Sur plus de 30 stations, les visiteurs ont pu assister en direct à l'art du sertissage des pierres précieuses, de la gravure ou de l'assemblage des mouvements – de manière impressionnante, authentique et au plus près.

« En mettant l'accent sur Craftsmanship, INHORGENTA ouvre une nouvelle voie – une voie de reconnaissance et de valorisation de l'artisanat », a déclaré Stefanie Mändlein, Exhibition Director d'INHORGENTA.

Aujourd'hui, les clients souhaitent savoir qui se trouve derrière un produit. La transparence crée la confiance. Une part significative de la valeur d'un produit résulte de la performance artisanale : elle transforme des matières premières en pièces uniques et leur confère caractère et désirabilité. Cette mise en lumière cohérente du savoir-faire humain suscite des émotions – et établit une nouvelle référence dans l'environnement international des salons.

Des espaces spéciaux tels que « MasterCraft Live », la « Craftsmanship Area », « THE ATELIER », la « Silbertriennale International », le « nouveau Forum des Métaux Précieux » ainsi que l'« FHH Cultural Space élargi » ont mis à l'honneur la maîtrise artisanale. Des technologies modernes telles que le design 3D, le laser ou le fraisage CNC se sont présentées comme des partenaires créatifs de l'artisanat.

Marques, marchés, marges – l'Europe au centre

INHORGENTA est la porte d'entrée vers le marché européen et son fort pouvoir d'achat. Alors que le nombre de visiteurs allemands a légèrement diminué, la participation internationale a progressé. Les principaux groupes de visiteurs provenaient d'Autriche, de Suisse, des Pays-Bas, d'Italie, du Royaume-Uni, de République tchèque et de Belgique. Les plus fortes augmentations de visiteurs ont été enregistrées en provenance du Sri Lanka, de Suède, d'Ukraine et des États-Unis. INHORGENTA est ainsi la plateforme européenne centrale pour le secteur de la bijouterie, de l'horlogerie et des pierres précieuses.

En matière de communication également, le salon a marqué des points : grâce à une présence médiatique internationale, à une portée croissante sur les réseaux sociaux et à une communauté active d'influenceurs, INHORGENTA a atteint une visibilité sensiblement plus élevée. Avec un indice de satisfaction client de 80 points, le salon a obtenu d'excellents résultats, notamment dans les catégories organisation, internationalité et atmosphère.

Nette progression dans le commerce spécialisé – un signal fort en période exigeante

Sur le plan économique également, le secteur envoie un signal clairement positif. Selon l'Association des bijoutiers, le chiffre d'affaires du commerce spécialisé a progressé de 2,1 pour cent en 2025, les exportations de montres ont augmenté de 5,9 pour cent et les exportations de bijoux même de 13,3 pour cent. Il s'agit déjà de la

quatrième année consécutive de croissance. Le secteur se distingue ainsi nettement de l'évolution économique générale.

Le segment premium demeure particulièrement recherché : bijoux en or, créations individuelles et marques horlogères renommées sont très demandés. Avec une part de marché de 73 pour cent, le commerce spécialisé stationnaire conserve une position exceptionnelle – aucune autre branche n'affiche une part aussi élevée.

INHORGENTA AWARD avec une participation record

Le moment fort émotionnel a été la remise glamour de l'INHORGENTA AWARD devant plus de 500 invités aux Bavaria Filmstudios. Avec 148 candidatures issues de 19 pays, un nouveau record a été atteint. De nouvelles catégories – dont « Mechanical Watch of the Year », « Goldschmied des Jahres », « Juwelier des Jahres » et « Luxury Watch of the Year | Public Choice » – soulignent l'importance internationale croissante de cette distinction sectorielle.

Vous trouverez plus d'informations sur les lauréats de cette année [ICI](#).

Voix internationales : Munich comme hub stratégique pour le business

La forte participation internationale s'est reflétée non seulement dans les chiffres, mais aussi dans l'état d'esprit des exposants et des visiteurs.

« Mes journées à INHORGENTA ont été exceptionnelles. L'éventail des contenus est impressionnant et l'organisation ainsi que l'atmosphère contribuent à une expérience globalement réussie. Je tiens à souligner en particulier la diversité du design – du plus haut niveau jusqu'à des positionnements plus orientés vers le marché. J'ai également beaucoup apprécié les stands de certaines des plus importantes écoles de bijouterie d'Europe », a déclaré Bryna Pomp, Director of MAD About Jewelry au Museum of Arts and Design, New York.

« En quelques jours à INHORGENTA, nous rencontrons une grande partie de nos partenaires internationaux des États-Unis, d'Inde et bien sûr d'Europe. Cette efficacité fait du salon pour nous une plateforme parfaite », déclare Tanja Brassler, directrice générale de la manufacture horlogère allemande MeisterSinger.

« Cette année, pour la première fois, notre équipe internationale de vente était également présente sur place pendant deux jours. Les retours ont été constamment positifs : notre équipe pour l'Europe et le Middle East était entièrement réservée pendant un jour et demi. C'est un signal clair du développement international d'INHORGENTA », déclare Amelie Hennig, Head of Marketing de Movado Group Allemagne, représenté avec des marques telles que Ebel, HUGO BOSS, Coach et Tommy Hilfiger.

« INHORGENTA a été pour nous un immense succès. Nous avons accueilli des visiteurs du monde entier sur notre stand. C'est un signal fort du rayonnement international du salon », déclare Doris Mancari, Managing Director Europe de Maurice Lacroix.

« Notre début à INHORGENTA à Munich a été très stimulant et un lancement réussi. Nous souhaitons développer de manière ciblée le marché allemand et nous nous réjouissons que de nombreux visiteurs aient découvert notre

collection et manifesté un grand intérêt pour la marque. Une belle surprise a également été la visite de certains clients internationaux, par exemple des États-Unis et du Canada », déclare Cédric Carapyen, Sales Development Director MEA, APAC & Americas d'Akallis, France.

« INHORGENTA a été pour nous un salon très réussi. Nous y avons rencontré environ 90 pour cent de nos clients d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse – un excellent taux. De plus, nous avons accueilli des contacts de pays tels que la Roumanie, la Belgique et le Danemark et mené des entretiens prometteurs avec de nouveaux prospects », conclut Cristiano Benvenuti, Sales Director EMEA de la marque italienne de bijoux Marco Bicego.

« Dans un environnement de marché exigeant, il est essentiel qu'un salon réunisse tous les acteurs pertinents et offre une plateforme solide pour l'échange et l'initiation d'affaires. C'est exactement ce que nous avons vécu à INHORGENTA et nous avons mené de nombreux entretiens fructueux ces derniers jours. Nous soutenons l'orientation internationale du salon et nous nous réjouissons d'y participer à nouveau l'année prochaine », déclare Bhavesh Patel de Rosy Blue, l'une des principales entreprises mondiales de négoce et de transformation de diamants.

« Ma visite à INHORGENTA cette année a été entièrement positive. Je retourne à Berlin avec de nouvelles idées, de nouveaux contacts et une grande motivation pour les projets à venir », déclare Lutz Reuer de Juwelier Reuer.

« Chaque année, nous venons des États-Unis à INHORGENTA pour découvrir la sélection curatée de designers internationaux et approfondir nos partenariats à long terme dans le design contemporain. La grande amabilité et l'hospitalité des exposants et de l'équipe du salon ainsi que l'atmosphère particulière de Munich rendent le salon spécial pour nous à chaque édition », déclare Sarah Hill, propriétaire de Hamilton Hill Jewelry.

« Pour nous, INHORGENTA est bien plus qu'un salon – c'est le pouls du marché. Nous y découvrons toute l'ampleur et la profondeur du marché, nouons des contacts précieux, ressentons les tendances en temps réel et découvrons des innovations qui font progresser notre activité », déclare Olrik Laufer, directeur général de Juwelier Laufer.

« L'ensemble d'INHORGENTA est, dans les moindres détails, un événement de niveau mondial, y compris la remise de l'award, qui était extrêmement élégante et impressionnante. Voir tant de jeunes talents passionnés aux côtés de bijoutiers expérimentés qui s'apprécient mutuellement a été formidable », déclare Jeff Buzbuzian de Knar Jewellery.

« INHORGENTA a été un succès remarquable. Elle était très bien organisée, avec des procédures de sécurité efficaces et conviviales ainsi que de courtes distances entre les halls. J'ai été particulièrement impressionnée par la créativité et le fort accent mis sur Craftsmanship, les compétences artisanales et l'innovation – notamment grâce aux démonstrations en direct aux établis. Le Top Buyers Luncheon a été une merveilleuse occasion d'échanger et de réseauter dans une atmosphère détendue. Ce fut également un plaisir de revoir des fournisseurs de longue date et de nouer de nouveaux contacts », déclare Karen Alliata, Coin of the Realm.

Save the Date :

La prochaine édition d'INHORGENTA aura lieu du **19 au 22 février 2027** à Munich.

Dominik Maegli, propriétaire de « Uhersachen » à Berne & « Bijouterie Maegli » à Soleure et Olten, explique pourquoi la date de février s'intègre idéalement dans la planification annuelle de nombreux acteurs du secteur : « La date en février nous convient parfaitement : l'année est encore jeune, mais plus directement dans l'agitation du changement d'année. Les tâches liées au début d'année sont déjà accomplies, ce qui nous permet de prendre le temps nécessaire pour nous concentrer de manière ciblée et avec anticipation sur le salon. »

Vous trouverez [ICI](#) davantage d'informations, de communiqués de presse et de visuels sur INHORGENTA.

Pour toute question ou demande d'interview: inhorgenta.press@messe-muenchen.de

À propos d'INHORGENTA

INHORGENTA est la principale plateforme européenne dédiée à la joaillerie, à l'horlogerie et aux pierres précieuses. En tant que salon de commande et de communication du secteur, elle reflète la diversité du marché. Dans six halls du parc Messe München, des exposants du monde entier présentent leurs dernières créations. Grâce à un programme riche et à des formats spéciaux tels que l'INHORGENTA AWARD et la TRENDFACTORY, le salon offre une vue d'ensemble complète des tendances et évolutions internationales. En 2025, INHORGENTA a accueilli 1 334 marques de 38 pays et environ 25 300 visiteurs professionnels venus de 97 pays. Forte de ce succès, la prochaine édition aura lieu du 20 au 23 février 2026 à Messe München.

À propos de Messe München

En tant que l'un des organisateurs de salons les plus importants au monde, Messe München présente le monde de demain à travers environ 90 salons professionnels organisés à l'échelle internationale. Son portefeuille comprend des salons dédiés aux biens d'investissement et de consommation ainsi qu'aux nouvelles technologies. Il inclut 14 salons leaders mondiaux tels que bauma, BAU, IFAT ou electronica, des manifestations en coopération comme l'IAA MOBILITY ainsi que de nombreux événements invités. Grâce à un réseau international de filiales et de représentations à l'étranger, Messe München est active dans le monde entier. Avec environ 1 200 collaborateurs au sein du groupe, elle organise des salons professionnels en Chine, en Inde, au Brésil, en Afrique du Sud, en Turquie, à Singapour, au Vietnam, à Hong Kong, en Thaïlande, aux États-Unis et en Arabie saoudite. Environ 150 événements par an attirent, en Allemagne et à l'étranger, plus de 50 000 exposants et près de trois millions de visiteurs. Messe München constitue ainsi un moteur économique majeur, générant des retombées en termes de pouvoir d'achat se chiffrant en milliards.