

Monaco di Baviera, 24 febbraio 2026

COMUNICATO STAMPA

INHORGENTA 2026: Un omaggio all'eccellenza e alla passione artigianale

- **INHORGENTA continua a crescere in rilevanza e portata**
- **Circa 900 espositori con 1.200 marchi provenienti da 35 Paesi**
- **Oltre 25.000 visitatori professionali da 94 Paesi**
- **Elevata soddisfazione dei clienti in termini di organizzazione, internazionalità e atmosfera**

INHORGENTA 2026 ha confermato il proprio ruolo di fiera leader europea per il settore della gioielleria, dell'orologeria e delle pietre preziose. Dal 20 al 23 febbraio 2026, Monaco è stata per quattro giorni il centro pulsante per decisori, buyer, marchi e manifatture provenienti da tutto il mondo.

Circa 900 espositori con 1.200 marchi provenienti da 35 Paesi – di cui il 55 per cento internazionali – hanno presentato le loro ultime collezioni e innovazioni. Oltre 25.000 visitatori professionali da 94 Paesi hanno riempito i padiglioni. La manifestazione sottolinea così la propria crescente importanza nel contesto del mercato globale. INHORGENTA continua ad aumentare in portata e rilevanza.

«Negli ultimi anni INHORGENTA ha acquisito una forte forza attrattiva», afferma Stefan Rummel, CEO di Messe München. «La sviluppiamo costantemente – a livello di contenuti, di allestimento e a livello internazionale. Quest'anno abbiamo definito un tema guida anche per i prossimi anni: Craftsmanship – un omaggio all'eccellenza e alla passione artigianale del settore.»

Business, palcoscenico e incontro

INHORGENTA si è presentata energica, creativa e sicura di sé. Già l'ingresso dai colori intensi Coral Orange Glow e Marigold Yellow, con un'installazione dell'artista polacco Oskar Zieta, ha lanciato un segnale forte – sia visivamente sia dal punto di vista atmosferico. Questa energia, creatività e questo ottimismo hanno caratterizzato l'esperienza in tutti i padiglioni.

Oggi INHORGENTA è molto più di una classica fiera professionale. È un luogo in cui commercio, cultura e comunità si fondono – un forum per il dialogo, l'ispirazione e l'incontro personale. In un mondo sempre più caratterizzato dal digitale, rappresenta fiducia, autenticità e vicinanza umana – valori che da sempre contraddistinguono il settore dell'orologeria e della gioielleria.

Il valore dell'artigianato

Per la prima volta INHORGENTA si è svolta sotto un chiaro tema guida: "Craftsmanship" è un omaggio alla competenza artigianale, alla passione e alla qualità che caratterizzano il settore. Per quattro giorni i padiglioni si sono trasformati in un laboratorio aperto e vivo. In oltre 30 postazioni, i visitatori hanno potuto assistere dal vivo all'arte dell'incastonatura delle pietre preziose, dell'incisione o dell'assemblaggio dei movimenti – in modo suggestivo, autentico e ravvicinato.

«Con il focus su Craftsmanship, INHORGENTA apre una nuova strada – una strada di riconoscimento e valorizzazione dell'artigianato», ha dichiarato Stefanie Mändlein, Exhibition Director di INHORGENTA.

Oggi i clienti desiderano sapere chi c'è dietro un prodotto. La trasparenza crea fiducia. Una parte significativa del valore del prodotto nasce dalla prestazione artigianale: essa trasforma le materie prime in pezzi unici e conferisce loro carattere e desiderabilità. Questa coerente valorizzazione visibile delle competenze umane genera emozioni – e definisce un nuovo standard nel panorama fieristico internazionale.

Aree speciali come "MasterCraft Live", la "Craftsmanship Area", "THE ATELIER", la "Silbertriennale International", il "nuovo Forum dei Metalli Preziosi" nonché l'"FHH Cultural Space ampliato" hanno posto sotto i riflettori la maestria artigianale. Tecnologie moderne come il design 3D, il laser o la fresatura CNC si sono presentate come partner creativi dell'artigianato.

Marchi, mercati, margini – Europa al centro

INHORGENTA è la porta d'accesso al mercato europeo con il suo elevato potere d'acquisto. Mentre il numero di visitatori tedeschi è leggermente diminuito, la partecipazione internazionale è cresciuta. I principali gruppi di visitatori provenivano da Austria, Svizzera, Paesi Bassi, Italia, Regno Unito, Repubblica Ceca e Belgio. Gli aumenti più significativi di visitatori sono stati registrati da Sri Lanka, Svezia, Ucraina e Stati Uniti. INHORGENTA è quindi la piattaforma europea centrale per il settore della gioielleria, dell'orologeria e delle pietre preziose.

Anche in termini di comunicazione la fiera ha lanciato segnali significativi: grazie alla presenza mediatica internazionale, alla crescente portata sui social media e a una comunità attiva di influencer, INHORGENTA ha raggiunto una visibilità sensibilmente più elevata. Con un indice di soddisfazione clienti di 80 punti, la fiera ha ottenuto valori di punta, in particolare nelle categorie organizzazione, internazionalità e atmosfera.

Netto aumento nel commercio al dettaglio specializzato – segnale forte in tempi impegnativi

Anche dal punto di vista economico il settore invia un chiaro segnale positivo. Secondo l'Associazione dei Gioiellieri, nel 2025 il fatturato del commercio al dettaglio specializzato è aumentato del 2,1 per cento, le esportazioni di orologi sono cresciute del 5,9 per cento e le esportazioni di gioielli addirittura del 13,3 per cento. Si tratta già del quarto anno consecutivo di crescita. Il settore si distingue così nettamente dall'andamento economico generale.

Particolarmente richiesto rimane il segmento premium: gioielli in oro, creazioni su misura e marchi di orologi rinomati sono molto apprezzati. Con una quota di mercato del 73 per cento, il commercio al dettaglio specializzato stazionario mantiene una posizione eccezionale – in nessun altro settore la quota è così elevata.

INHORGENTA AWARD con partecipazione record

Il momento culminante è stata la cerimonia glamour di consegna dell'INHORGENTA AWARD davanti a oltre 500 ospiti presso i Bavaria Filmstudios. Con 148 candidature provenienti da 19 Paesi è stato raggiunto un nuovo record. Nuove categorie – tra cui “Mechanical Watch of the Year”, “Goldschmied des Jahres”, “Juwelier des Jahres” e “Luxury Watch of the Year | Public Choice” – sottolineano la crescente importanza internazionale di questo premio di settore.

Maggiori informazioni sui vincitori di quest'anno sono disponibili [QUI](#).

Voci internazionali: Monaco come hub strategico per il business

La forte partecipazione internazionale si è riflessa non solo nei numeri, ma anche nelle opinioni di espositori e visitatori.

«I miei giorni a INHORGENTA sono stati eccezionali. L'ampiezza dei contenuti è impressionante e l'organizzazione così come l'atmosfera contribuiscono a un'esperienza complessivamente riuscita. Desidero sottolineare in particolare la varietà nel design – dal livello più alto fino a posizionamenti più orientati al mercato. Ho inoltre apprezzato molto gli stand di alcune delle più importanti scuole di gioielleria d'Europa», ha dichiarato Bryna Pomp, Director of MAD About Jewelry presso il Museum of Arts and Design, New York.

«In pochi giorni incontriamo a INHORGENTA gran parte dei nostri partner internazionali dagli Stati Uniti, dall'India e naturalmente dall'Europa. Questa efficienza rende la fiera per noi una piattaforma perfetta», afferma Tanja Brassler, Direttrice generale della manifattura orologiera tedesca MeisterSinger.

«Quest'anno per la prima volta il nostro team di vendita internazionale è stato presente in loco per due giorni. Il riscontro è stato costantemente positivo: il nostro team per l'Europa e il Middle East è stato completamente prenotato per un giorno e mezzo. È un chiaro segnale di quanto INHORGENTA si sia ormai sviluppata a livello internazionale», afferma Amelie Hennig, Head of Marketing di Movado Group Germania, presente con marchi come Ebel, HUGO BOSS, Coach e Tommy Hilfiger.

«INHORGENTA è stata per noi un enorme successo. Abbiamo accolto visitatrici e visitatori da tutto il mondo presso il nostro stand. È un segnale forte dell'attrattiva internazionale della fiera», afferma Doris Mancari, Managing Director Europe di Maurice Lacroix.

«Il nostro debutto a INHORGENTA a Monaco è stato per noi molto stimolante e un inizio riuscito. Desideriamo sviluppare in modo mirato il mercato tedesco e siamo lieti che numerose visitatrici e numerosi visitatori abbiano scoperto la nostra collezione mostrando grande interesse per il marchio. Una piacevole sorpresa è stata inoltre la visita di singoli clienti internazionali, ad esempio dagli Stati Uniti e dal Canada», afferma Cédric Carapen, Sales Development Director MEA, APAC & Americas di Akillis dalla Francia.

«INHORGENTA è stata per noi una fiera di grande successo. Qui abbiamo incontrato circa il 90 per cento dei nostri clienti provenienti da Germania, Austria e Svizzera – una quota eccellente. Inoltre abbiamo accolto contatti da Paesi come Romania, Belgio e Danimarca e condotto promettenti colloqui con nuovi interessati», è il bilancio di Cristiano Benvenuti, Sales Director EMEA del marchio italiano di gioielli Marco Bicego.

«Proprio in un contesto di mercato impegnativo è decisivo che una fiera riunisca tutti gli attori rilevanti e offra una piattaforma solida per lo scambio e l'avvio di relazioni commerciali. È esattamente ciò che abbiamo vissuto a INHORGENTA e nei giorni scorsi abbiamo avuto molte buone conversazioni. Sosteniamo l'orientamento internazionale della fiera e non vediamo l'ora di essere nuovamente presenti il prossimo anno», afferma Bhavesh Patel di Rosy Blue, una delle principali aziende mondiali nel commercio e nella lavorazione dei diamanti.

«La mia visita a INHORGENTA quest'anno è stata costantemente positiva. Ritorno a Berlino con nuove idee, nuovi contatti e grande motivazione per i prossimi progetti», afferma Lutz Reuer di Juwelier Reuer.

«Ogni anno veniamo dagli Stati Uniti a INHORGENTA per scoprire la selezione curata di designer internazionali e approfondire ulteriormente le nostre partnership di lungo periodo nel design contemporaneo. La grande cordialità e ospitalità degli espositori e del team fieristico, così come l'atmosfera speciale di Monaco, rendono ogni volta la fiera per noi qualcosa di speciale», afferma Sarah Hill, titolare di Hamilton Hill Jewelry.

«Per noi INHORGENTA è molto più di una fiera – è il polso del mercato. Qui viviamo l'intera ampiezza e profondità del mercato, instauriamo contatti preziosi, percepiamo le tendenze in tempo reale e scopriamo innovazioni che fanno progredire il nostro business», afferma Olrik Laufer, Amministratore delegato di Juwelier Laufer.

«L'intera INHORGENTA è in ogni dettaglio un evento di livello mondiale, compresa la cerimonia dell'award, che è stata estremamente elegante e impressionante. È stato straordinario vedere così tanti giovani talenti appassionati insieme a gioiellieri esperti che si apprezzano reciprocamente», afferma Jeff Buzbuzian di Knar Jewellery.

«INHORGENTA è stata un successo straordinario. Era molto ben organizzata, con procedure di sicurezza efficienti e di facile utilizzo e brevi distanze tra i padiglioni. Mi hanno colpito in particolare la creatività e il forte focus su Craftsmanship, sulle competenze artigianali e sull'innovazione – soprattutto grazie alle dimostrazioni dal vivo ai banchi di lavoro. Il Top Buyers Luncheon è stata una meravigliosa opportunità per confrontarsi e fare networking in un'atmosfera rilassata. È stato inoltre un piacere ritrovare fornitori di lunga data e stringere nuovi contatti», afferma Karen Allia, Coin of the Realm.

Save the Date:

La prossima INHORGENTA si terrà dal **19 al 22 febbraio 2027** a Monaco.

Perché la data di febbraio si inserisca idealmente nella pianificazione annuale di molti operatori del settore lo spiega Dominik Maegli, titolare di "Ursachen" a Berna & "Bijouterie Maegli" a Soletta e Olten: «La data di febbraio è ideale per noi: l'anno è ancora giovane, ma non più direttamente nel fermento del cambio d'anno. Le attività legate all'inizio dell'anno sono già concluse, così possiamo prenderci il tempo necessario per concentrarci in modo mirato e con entusiasmo sulla fiera.»

[QUI](#) trovate ulteriori informazioni, comunicati stampa e materiale fotografico su INHORGENTA.

Per domande o richieste di interviste: inhorgenta.press@messe-muenchen.de

Su INHORGENTA

INHORGENTA, la principale piattaforma europea per gioielli, orologi e pietre preziose, è la fiera di riferimento per ordini e comunicazione del settore, e riflette il mercato nella sua piena diversità. In sei padiglioni della Messe München, espositori da tutto il mondo presentano le loro ultime creazioni. Con un ricco programma collaterale ed eventi speciali come l'INHORGENTA AWARD e la TRENDFACTORY, la fiera offre una panoramica completa delle tendenze e degli sviluppi internazionali. Nel 2025 la fiera ha accolto 1.334 marchi da 38 paesi e circa 25.300 visitatori professionali da 97 paesi. Sulla base di questo successo, la prossima edizione di INHORGENTA si terrà dal 20 al 23 febbraio 2026 presso la Messe München.

Su Messe München

In qualità di uno dei principali organizzatori fieristici a livello mondiale, Messe München presenta il mondo di domani in circa 90 fiere specializzate organizzate in tutto il mondo. Il portafoglio comprende fiere dedicate ai beni strumentali e di consumo nonché alle nuove tecnologie. Tra queste figurano 14 fiere leader a livello mondiale come bauma, BAU, IFAT o electronica, eventi in cooperazione come IAA MOBILITY e numerose manifestazioni ospitate. Grazie a una rete internazionale di società controllate e rappresentanze all'estero, Messe München è attiva in tutto il mondo. Insieme ai suoi circa 1.200 collaboratori nel gruppo, organizza fiere specializzate in Cina, India, Brasile, Sudafrica, Turchia, Singapore, Vietnam, Hong Kong, Thailandia, Stati Uniti e Arabia Saudita. Circa 150 eventi all'anno attirano, in Germania e all'estero, oltre 50.000 espositori e circa tre milioni di visitatori. Messe München rappresenta così un importante motore economico, generando effetti sul potere d'acquisto per miliardi di euro.