

Munich, le 16 septembre 2026

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La France plus présente que jamais : INHORGENTA 2027 présente quatre pavillons français et plus de 40 marques françaises

- **Francéclat et INHORGENTA renforcent leur partenariat réussi : en 2027, trois French Pavilions feront leurs débuts.**
- **Plus de bijoux français à l'INHORGENTA : deux nouveaux pavillons dans les halls B1 Fine & High Jewelry et A2 Lifestyle & Elegance font entrer onze nouvelles marques françaises sur la scène internationale.**
- **Des formats ayant fait leurs preuves se poursuivent : le French Pavilion pour l'horlogerie du hall A1, établi depuis 2023, ainsi que l'ICONIC Pavilion pour le design du hall B2, entament une nouvelle édition en 2027.**
- **Une nette croissance venue de France : avec une hausse de 54 % du nombre d'exposants français par rapport à l'année précédente, l'INHORGENTA confirme son rayonnement international croissant.**

La France renforce nettement sa présence à l'INHORGENTA 2027 : du 19 au 22 février 2027, plus de 40 marques françaises au total seront présentes sur le site de la Messe München. En collaboration avec le comité professionnel Francéclat, l'INHORGENTA élargit son partenariat réussi et crée pour la première fois trois French Pavilions pour les domaines Timepieces, Fine & High Jewelry ainsi que Lifestyle Jewelry. En tant que quatrième pavillon avec une forte participation française, l'ICONIC Pavillon pour le design du hall B2, déjà bien établi, vient compléter la présence française.

« La France incarne un design exceptionnel, une excellence artisanale et l'alliance entre tradition et innovation. Nous sommes très heureux de pouvoir, avec Francéclat, offrir une visibilité supplémentaire aux marques françaises et donner de nouvelles impulsions à notre public professionnel international », déclare Stefanie Mändlein, Exhibition Director de l'INHORGENTA.

Deux nouveaux pavillons pour la bijouterie française

Dans le hall B1, six marques françaises présentent des bijoux haut de gamme et un savoir-faire joaillier: **Baurocher, Isabelle Langlois, Min&ral, Morganne Bello, Mysteryjoy et Qitteri.**

Autre nouveauté de l'INHORGENTA 2027 : le French Pavilion pour Lifestyle Jewelry dans le hall A2 Lifestyle & Elegance. **Bangle Up, Francine Bramli, La Coque de Nacre (avec Ana & Cha, Bijoux CN et Signe Particulier), Satellite** ainsi que **YAY** y présentent leurs collections et offrent un aperçu de la diversité créative du design de bijoux français.

« Nous sommes très heureux de faire partie de l'INHORGENTA. Avec les nouveaux French Pavillons dans les halls B1 et A2, nous créons une présence commune pour les marques françaises de bijouterie et leur offrons une plateforme solide pour présenter leur créativité, leur savoir-faire artisanal et leur capacité d'innovation à un public professionnel international. Nous sommes convaincus que ce partenariat donnera de nouvelles impulsions au marché européen de la bijouterie », déclare Hervé Buffet, Délégué général de Francéclat.

Le pavillon horloger établi entame une nouvelle édition

Dans le hall A1, le French Pavillon pour l'horlogerie, établi depuis 2023, sera reconduit. Parmi les marques présentes figurent notamment **Charlie Paris, Herbelin, ITD Group (Fontenay Paris, Japy, Maison du Temps), Montres Lip, Pierre Lannier, Rochet Group et Yema Watches.**

« La forte présence des marques horlogères françaises à l'INHORGENTA souligne toute l'importance du salon pour notre secteur : c'est un lieu de rencontre central pour les échanges avec les détaillants spécialisés allemands, qui attire également de nombreux acheteurs et partenaires d'Europe centrale et orientale. Le stand collectif français offre ainsi à nos marques une plateforme particulièrement efficace pour rencontrer, en quelques jours et en un seul lieu, de nombreux clients venus des pays baltes jusqu'aux Balkans », précise Pierre Burgun, Président France Horlogerie et Président du directoire de Pierre Lannier.

La participation croissante d'exposants français souligne l'importance de l'INHORGENTA en tant que première plateforme européenne du secteur pour la bijouterie, l'horlogerie et les pierres précieuses. Grâce à la présence groupée des marques françaises, les visiteurs professionnels venus d'Allemagne et des marchés internationaux bénéficient d'un accès à de nouveaux partenaires commerciaux, à des marques établies et à des labels innovants.

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

À propos d'INHORGENTA

L'INHORGENTA, première plateforme européenne pour la bijouterie, l'horlogerie et les pierres précieuses, est la plateforme de commande et de communication du secteur et reflète le marché dans toute sa diversité. Dans six halls de la Messe München, des exposants du monde entier présentent leurs dernières créations. Grâce à un vaste programme d'accompagnement et à des événements spéciaux tels que l'INHORGENTA AWARD et la TRENDFACTORY, le salon offre un aperçu complet des tendances et évolutions internationales.

À propos de la Messe München

En tant que l'un des plus importants organisateurs de salons, la Messe München présente le monde de demain à travers ses quelque 90 salons professionnels organisés dans le monde entier. Le portefeuille comprend des salons professionnels pour les biens d'investissement et de consommation ainsi que pour les nouvelles technologies. Parmi eux, 14 salons leaders mondiaux tels que bauma, BAU, IFAT ou electronica, des manifestations organisées en coopération comme l'IAA MOBILITY, ainsi que de nombreuses manifestations accueillies. Grâce à un réseau international de filiales et de représentations à l'étranger, la 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. Chaque année, quelque 150 manifestations attirent, en Allemagne et à l'étranger, plus de 50 000 exposants et environ trois millions de visiteurs. La Messe München constitue ainsi un moteur économique important, générant des effets de pouvoir d'achat se chiffrant en milliards.