

Monaco di Baviera, 20 febbraio 2026

COMUNICATO STAMPA

## **Numeri solidi, rilevanza globale: INHORGENTA 2026 consolida la sua posizione di vertice internazionale**

- **55% di espositori internazionali: INHORGENTA è la porta d'accesso al mercato europeo**
- **+2,1% di fatturato: le gioiellerie resistono alle sfide del mercato**
- **Craftsmanship al centro: INHORGENTA 2026 rende l'arte manifatturiera un'esperienza concreta**
- **Palcoscenico per i brand, punto d'incontro per i decision maker**

Con un'inaugurazione ufficiale, INHORGENTA 2026 ha preso il via oggi. Dal 20 al 23 febbraio, il quartiere fieristico di Monaco di Baviera torna a essere il punto d'incontro internazionale per i settori della gioielleria, dell'orologeria e delle pietre preziose. In sei padiglioni, espositori provenienti da tutto il mondo presentano novità, eccellenza artigianale e innovazioni tecnologiche lungo l'intera catena del valore.

Con la conferenza stampa, tenutasi per la prima volta nel cuore della fiera, INHORGENTA lancia un segnale chiaro: è da tempo più di una classica fiera di settore. È palcoscenico, luogo di incontro e motore di movimento. Uno spazio che unisce commercio, cultura e comunità – visibile, tangibile, vivo.

«Negli ultimi anni INHORGENTA ha acquisito un'importanza sempre maggiore», afferma Stefan Rummel, CEO di Messe München. «Il nostro obiettivo è continuare a sviluppare la fiera come piattaforma curata, con contenuti che offrano orientamento, concentrino il sapere e generino un reale valore di business per buyer ed espositori.»

### **Artigianato e innovazione: Craftsmanship sotto i riflettori**

Con il tema guida "Craftsmanship", INHORGENTA 2026 pone per la prima volta l'arte manifatturiera al centro dell'intera manifestazione. Oltre 30 dimostrazioni dal vivo, direttamente presso gli stand e su aree speciali curate, trasformano la fiera in un vero laboratorio in azione. Orologiai, orafi, incisori, incastonatori di gemme e altri specialisti mostrano il proprio savoir-faire in dialogo diretto con il pubblico professionale.

Aree dedicate come MasterCraft Live e la Craftsmanship Area rendono evidente quanta competenza, tempo e precisione siano racchiusi in ogni singolo pezzo. Un patrimonio culturale diventa esperienza concreta e viene proiettato nel futuro. Cresce infatti l'interesse verso l'origine, i processi produttivi e le persone che stanno dietro al prodotto.

«Il panorama manifatturiero tedesco è un bene prezioso: in ogni design si riflettono il lavoro manuale autentico e la promessa di qualità “Made in Germany”», afferma Nina Friesleben, Chief Designer di Niessing.

«Tecnologie come il design 3D, il laser o la fresatura CNC sono oggi parte integrante anche dei piccoli atelier. Consentono una produzione più precisa e sostenibile, elevando ulteriormente la qualità. Allo stesso tempo, tecniche tradizionali come la lapidatura o la glauchierung stanno vivendo un ritorno. La tecnologia non sostituisce l'artigianato – lo integra e lo perfeziona», dichiara Stefanie Mändlein, Exhibition Director di INHORGENTA.

## **Numeri solidi, rilevanza globale**

Con circa 900 espositori, 1.200 marchi provenienti da 35 Paesi e 65.000 metri quadrati di superficie espositiva distribuiti in sei padiglioni, INHORGENTA conferma la propria posizione consolidata nel contesto del mercato globale. Negli ultimi tre anni la fiera ha registrato una crescita cumulativa degli espositori del 12%. La quota internazionale si attesta al 55% – un chiaro segnale della sua rilevanza mondiale.

Iniziative di partnership con Italia, Svizzera, Francia, India e altri mercati rafforzano ulteriormente il network internazionale. INHORGENTA si afferma così come porta strategica verso il mercato europeo e il suo elevato potere d'acquisto.

Grande soddisfazione anche per il ritorno di marchi prestigiosi: nel settore orologiero Maurice Lacroix, MeisterSinger e Wolf; nella gioielleria Henrich & Denzel, Pesavento e Tirisi tornano a Monaco. Nuovi impulsi arrivano da espositori internazionali come la maison francese di haute joaillerie Akillis, le manifatture italiane Govoni Gioielli, Busatti Milano e Grimaldo, il brand spagnolo Takto, il marchio britannico Ania Haie, Edblad dalla Svezia, Rosefield dai Paesi Bassi e Kinraden dalla Danimarca. Nel FHH Cultural Space sono presenti i partner brand Piaget e Oris.

## **Fatturati brillanti nonostante un contesto complesso: il settore dimostra solidità**

Nonostante le incertezze geopolitiche e i mercati volatili, il settore si dimostra resiliente. Il Dr. Guido Grohmann, Managing Director dell'Industrieverband Schmuck und Uhren, parla di «numeri brillanti in un contesto operativo impegnativo». Le esportazioni sono aumentate del 5,9% per gli orologi e del 13,3% per la gioielleria. Le importazioni di orologi sono cresciute dello 0,8%, quelle di gioielli del 10,9%. Una parte significativa dell'aumento di valore è tuttavia legata ai prezzi, in particolare al forte incremento delle quotazioni dei metalli preziosi.

«Le clienti e i clienti acquistano in modo più consapevole. Mettono maggiormente in discussione origine, valore e logica di prezzo. Il tema guida Craftsmanship contribuisce a creare trasparenza e comprensione», afferma Grohmann.

Anche Stephan Lindner, Presidente dell'Associazione dei Gioiellieri, conferma la stabilità del settore: «Nel 2025 entrambi i comparti merceologici hanno registrato una crescita del 2,1%. Il motto degli acquirenti è: "Se acquistare, allora il meglio." Gioielli in oro, creazioni su misura e marchi forti nel segmento top mostrano performance eccellenti.»

Colpisce la predominanza del commercio specializzato stazionario: nel comparto gioielleria detiene una quota di mercato del 73%, la più alta tra tutti i settori. «Vendiamo emozioni. E questo funziona meglio nel dialogo personale che davanti a uno schermo», sottolinea Lindner. Fiducia, consulenza e competenza artigianale restano fattori chiave di successo.

## **FHH Cultural Space: cultura, conoscenza, esperienza**

Un momento di particolare rilievo è la rinnovata collaborazione e partnership ufficiale con la Fondation Haute Horlogerie. Il FHH Cultural Space, nel padiglione A1, unisce una mostra curata sulla storia e il futuro dell'alta orologeria a workshop interattivi e presentazioni dei partner brand Oris e Piaget.

Spesso il valore di un orologio viene ridotto a prezzo, immagine o investimento. «L'arte orologiaia è molto più di un prodotto», sottolinea Pascal Ravessoud, Vice President della Fondation Haute Horlogerie. «Rappresenta cultura, artigianato e responsabilità verso le generazioni future.»

## **Premium, performance, prospettive: un luogo di incontro autentico**

INHORGENTA porta luce e prestigio nel quartiere fieristico di Riem: design, atmosfera, lusso. Ma il valore più grande resta l'incontro reale tra persone – nel negozio fisico come in fiera.

Lusso, estetica e hospitality non sono più un valore aggiunto, ma un'aspettativa. I social media hanno alzato il livello delle esigenze: gioielli e orologi necessitano di messa in scena, tattilità e storytelling. In un mondo incerto cresce il bisogno di autenticità.

«In un mondo incerto, le persone non cercano più la perfezione, ma la verità. Perché la verità crea fiducia. E la fiducia dà speranza», afferma Pablo Cimadevila, medaglia d'oro alle Paralimpiadi del 2000 e orafo di fama internazionale con milioni di follower sui social media. Mostra come lo storytelling possa trasformare la percezione del gioiello: «Nel gioiello si parla di persone. E di emozioni.»

## **Palcoscenico per l'eccellenza – programma e Award**

Con tre palchi, cinque mostre e oltre 25 aree evento, INHORGENTA offre un programma collaterale completo: WATCH TALKS, TRENDFACTORY, Guided Tours, vetrine di tendenza, THE ATELIER, Silbertriennale International e il nuovo Edelmetallforum. Oltre 100 speaker internazionali discutono i principali temi del futuro – dal design alla gestione del brand fino all'innovazione nei materiali e nella tecnologia.

Un altro momento clou è l'INHORGENTA AWARD, che sarà assegnato il 21 febbraio 2026 nei Bavaria Filmstudios. Nazan Eckes presenterà la serata di gala, accompagnata musicalmente dalla cantante LOI. Con 148 candidature,

il premio registra un nuovo record e conferma la sua crescente rilevanza internazionale. In dieci categorie saranno premiate creazioni di eccellenza. Tra le novità figurano le categorie “Goldschmied des Jahres”, “Juwelier des Jahres” e “Luxury Watch of the Year | Public Choice”.

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

Il rapporto economico dell'Industrieverband Schmuck und Uhren e l'attuale comunicato sull'andamento del mercato dell'Associazione dei Gioiellieri sono disponibili [QUI](#).

Per domande o richieste di interviste: [inhorgenta.press@messe-muenchen.de](mailto: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 in tutto il mondo. Il suo 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 ed electronica, eventi organizzati in cooperazione come IAA MOBILITY e numerose manifestazioni ospitate.

Grazie a una rete internazionale di società affiliate e rappresentanze estere, Messe München è attiva a livello globale. Insieme ai suoi circa 1.200 dipendenti del gruppo, organizza fiere in Cina, India, Brasile, Sudafrica, Turchia, Singapore, Vietnam, Hong Kong, Thailandia, Stati Uniti e Arabia Saudita.

Circa 150 eventi all'anno attirano oltre 50.000 espositori e circa tre milioni di visitatori in Germania e all'estero. Messe München rappresenta pertanto un importante motore economico, generando effetti sulla capacità di acquisto per miliardi di euro.