BIJORHCA

5-7 septembre 2026
Paris Porte de Versailles Hall 1

Événement référent de la bijouterie et de ses savoir-faire, Bijorhca revient en septembre dans un contexte porteur pour le marché du bijou de mode, un secteur en plein essor. Organisé par le groupe WSN pour la BOCI, le salon porte les ambitions de la filière : réunir, inspirer, structurer, dynamiser. Cette édition se distingue par de nombreuses nouveautés et une programmation inédite, pensées pour donner aux professionnels toutes les clés de la saison à venir.

Depuis sa création en 1930 par la Fédération BOCI, Bijorhca demeure le seul salon professionnel en France exclusivement dédié à l'univers du bijou de mode et précieux, de l'horlogerie. Au fil de ses éditions, il s'impose comme le point de ralliement des artisans, créateurs, maisons historiques et nouveaux talents du secteur et devient un véritable point d'ancrage où la filière observe, comprend, anticipe et construit.

« Bijorhca est plus qu'une vitrine : c'est un lieu où la filière se fédère, échange et avance. Cette édition porte une ambition claire, celle d'offrir aux professionnels un salon qui valorise l'excellence, stimule la créativité et accompagne chaque acteur dans les transformations du secteur. »

— Valérie Dassa, Présidente de la BOCI

Valérie Dassa, Présidente de la BOCI

Dans un contexte marqué par la hausse du coût des matières premières mais portée par une dynamique de marché, l'édition 2026 apporte aux professionnels des clés de compréhension et d'action pour saisir les opportunités du secteur.

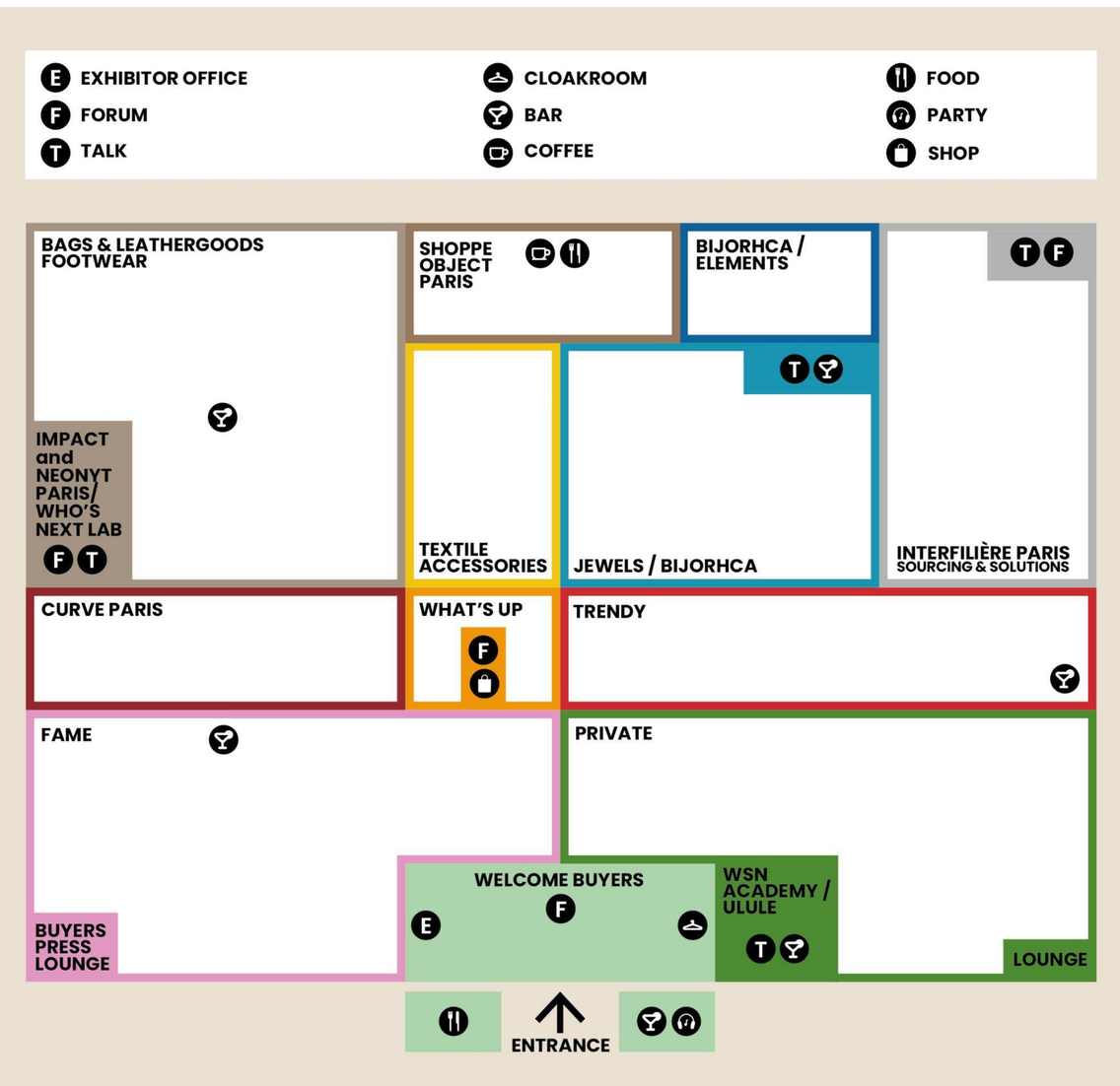
Trois jours pour comprendre la filière, trois jours pour s’inspirer. Un salon où la création s'écoute, se regarde, se partage; un moment d'émotions, d'innovations et de rencontres !

PLUS DE 180 EXPOSANTS, UN OBSERVATOIRE DE LA CRÉATION

L'édition 2026 réunit plus de 180 marques dont **Bangle Up, Santibé, Les Chamanes, Crézus, Satellite, Philippe Ferrandis, Les Georgettes, Muja Juma, Le Vent à la Française, Philia, Dimitriadis Artwear, Katerina Vassou, Rosa Mendez, Indira, YAY Paris, Bé Dogon Art, Anartxy, Laval…**
Cette diversité témoigne de la richesse créative et de la pluralité du marché : bijoux de mode, bijoux précieux, créateurs indépendants, fournisseurs, sous-traitants, marques premium, propositions internationales. Bijorhca se positionne ainsi comme un véritable observatoire de la création, où se lisent les tendances et nouveautés, l'évolution des usages et des portés, et l'émergence de nouveaux segments.

UN FORUM DÉDIÉ DÈS L'ENTRÉE DU HALL 1

Nouveauté de cette édition, un forum consacré aux it-produits et aux dernières tendances bijoux accueille les visiteurs dès l'entrée du Hall 1, aux côtés des forums propres à chaque événement WSN. Cet espace offre une porte d'entrée immédiate dans l'actualité du secteur, les pièces phares et donne le ton de la saison à venir.



Plan du salon

LA CRÉATIVITÉ ITALIENNE À L'HONNEUR AVEC ITA

Une sélection de 17 marques italiennes, soutenues par ITA, l'Agence italienne pour le commerce extérieur, insuffle l'âme vibrante de l'Italie sur le salon. Cet organisme public, rattaché au ministère des Affaires Étrangères italien, accompagne les entreprises du pays dans leur rayonnement à l'international. À travers ce partenariat stratégique avec WSN, Bijorhca et ITA réaffirment leur mission : faire rayonner la création italienne sur la scène internationale et offrir aux acheteurs présents de nouvelles propositions authentiques.

Ces marques apportent une nouvelle écriture, entre pièces graphiques et créations plus minimalistes, toutes habitées par cette même énergie créative et ce goût affirmé pour la couleur. Une bijouterie mode qui aime jouer, surprendre et s'amuser des codes.

SODINI, CAMY & GO, FEMARJO, PERCHE NO, ULTIMA EDIZIONE, ALESSANDRA STABILI, NARDI GOLD, LORELLA TAMBERI CANAL, CENTOPERCENTOCACHEMIRE, LINCETTO GIOIELLI, MARRI CORTONA, COSMO PETRONE, LAGRIFFE, TONDO, GLAM STYLE, IL GIUSCO, ORNELLA.

BRILLIANT, L'ÉCRIN DES SAVOIR-FAIRE

Cette saison, l'espace Brilliant met à l'honneur les savoir-faire de la filière, rappelant l'importance du geste, de la transmission et de la précision dans la création précieuse. Un espace proposant une sélection plus ciblée, premium et éditorialisée aux acheteurs à la recherche de pièces d'exception, scénographié en partenariat avec Francéclat.
Parmi les exposants annoncés, on retrouvera **AMESSTRIES**, marque iranienne de bijoux précieux issue du savoir-faire traditionnel Khatam perse et **ARCELF**, marque japonaise de bijoux contemporains fabriqués main.

EXPOSITION PHILIPPE FERRANDIS, 40 ANS DE CRÉATION

Philippe Ferrandis fête les 40 ans de sa maison sur le salon au travers d'une exposition inédite dédiée à ses parures de bijoux, ses accessoires et ses créations originales et spectaculaires.

Depuis 1986, Philippe Ferrandis accorde une grande attention au choix des matériaux qu'il utilise : nobles, naturels et raffinés. Les pierres fines, le bois, la pâte de verre et le cristal sont sertis dans du métal travaillé. Les perles nacrées sont fabriquées à la main dans le sud de la France, tandis que les pierres en verre sont confectionnées à la main en Bohême. Les éléments en résine sont réalisés à partir de moules en cire ou en métal. Tous les bijoux sont conçus et fabriqués dans son atelier parisien et la Maison est labellisée entreprise du patrimoine vivant (EPV) récompensant les sociétés au savoir-faire d'exception.

« *J'ai su quelle voie je devais suivre le jour où j'ai découvert une broche ancienne dans la boîte à bijoux de ma grand-mère* », confie Philippe Ferrandis. Issu d'une famille d'artistes, attiré dès l'enfance par la joaillerie à travers ses représentations dans l'art et la peinture, il revendique une approche libre de la création. Son style et son audace ont séduit les plus grandes maisons de mode parisiennes, de Balmain à Nina Ricci, en passant par Givenchy, Chantal Thomas ou Oscar de la Renta. Dernièrement, il a signé une collaboration avec Guerlain autour de la création du flacon de parfum Cherry Blossom.

Philippe Ferrandis

UN PROGRAMME INÉDIT

L'expérience du salon s'enrichit d'un programme pensé pour tous les professionnels de la filière : conférences, expositions, stands d'écoles, ateliers, talks sur les tendances et l'actualité de la filière bijou.

UNE PROGRAMMATION DE TALKS PROFONDÉMENT ACCÉLÉRÉE

Pour cette édition, Bijorhca fait évoluer en profondeur la forme et le fond de sa programmation talks. L'objectif : dépasser le format conférence traditionnel pour proposer des prises de parole courtes, ciblées et directement actionnables par les professionnels du secteur.

De grandes thématiques structurent le programme : les tendances et les nouvelles cibles du bijou, les révolutions technologiques et l'agencement des points de vente ou la circularité. Comprendre les évolutions et les demandes des consommateurs, découvrir les nouveaux codes esthétiques émergents, décrypter les nouveaux usages, s'intéresser à l'upcycling et les nouvelles offres conciliant performance économique et responsabilité environnementale…

Ce recentrage sur des sujets de fond, portés par des intervenants ancrés dans les réalités du marché, traduit une ambition claire : faire du programme talks de Bijorhca un véritable outil de travail pour les professionnels présents sur le salon.

Bangle Up

SAVOIR POUR FAIRE, UNE NOUVELLE DIMENSION DIGITALE

Dispositif emblématique de Bijorhca, le mur des petites annonces Savoir pour Faire franchit un nouveau palier lors de cette édition. Au-delà du format physique habituel, le salon investit une dimension digitale pour rendre ce service de mise en relation entre employeurs et talents encore plus accessible et visible dans la filière Mode et Luxe. Cet espace de rencontre entre l'offre et la demande de compétences devient un véritable hub vivant, ancré dans la réalité des métiers.

En parallèle, Bijorhca renforce son engagement envers la transmission en accueillant, en partenariat avec une école de l'écosystème bijou, un atelier de démonstration ouvert aux visiteurs professionnels. Une façon de donner corps à la vocation du salon : montrer le geste, partager le savoir-faire, valoriser les métiers qui font la singularité de cette filière.

Filière Bijouterie-Joaillerie-Horlogerie en France en 2025 : 20 000 salariés - 3000 entreprises – 90% de taux d'employabilité - 6 162 millions d'euros HT (+8% par rapport à 2024)

(Source : Observatoire Francéclat)

L'ESPACE BOCI, LA CONVIVIALITÉ AU CŒUR DU SALON

La Fédération BOCI est présente pour transmettre son expertise et savoir-faire : accompagnement des professionnels du secteur, décryptage des enjeux du marché, conseils juridiques, réglementaires et stratégiques, mais aussi valorisation de la création française et soutien à l'innovation au sein de la filière.

L’espace de la BOCI s’inscrit dans le thème général du salon, développé comme un grand jardin. Cet espace dédié à la Fédération du bijou, écrin aux mille facettes, prendra la forme d’une piscine miroitante. Un lieu de vie où business et convivialité se conjuguent aux rencontres et à l'inspiration.

RETAIL TOUR ET PARCOURS ACHETEURS, UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

En juin et juillet, un Retail Tour emmène les équipes du salon à la rencontre des boutiques indépendantes, acheteurs de grands magasins et concept stores, pour repérer, échanger et tisser un lien direct sur le terrain en amont du salon.

Ce travail de proximité se prolonge Porte de Versailles avec un accueil et un parcours personnalisé pour les acheteurs, afin de faciliter leur expérience de visite et offrir des rencontres de qualité avec les exposants les plus pertinents au regard de leurs besoins.

Yay

Françoise Montague

Les Georgettes

FOCUS TENDANCES

MAXIMALISME XXL, LE BIJOU XXL EN MAJESTÉ

Colliers imposants, volumes démesurés : le maximalisme s'impose comme la grande tendance de la saison. Selon Pinterest, les recherches autour des bijoux XXL auraient augmenté de 105% en un an, preuve que cette déclaration de mode audacieuse dépasse largement les podiums.
Les bijoux reprennent le devant de la scène. Ils ne complètent plus la silhouette, ils la construisent ; ils ne se cachent plus dans la délicatesse, ils revendiquent leur monumentalité. C'est un langage d'opulence, une architecture portable, une armure de luxe. Ici, le bijou ne cherche pas la discrétion : il impose son poids, sa présence, son autorité. Un art de la bijouterie porté par un univers vibrant de créativité à retrouver chez Soninké, Crezus, Philippe Ferrandis.
L'offre grecque du salon (7PM Leather Jewels, Dimitriadis Artwear, F.L Private Collection, Katerina Vassou, Tsakalos Jewelery…) offre un bel aperçu de pièces audacieuses et sculpturales.

LA MAIN, NOUVEAU TERRITOIRE DE CRÉATION : LES NOUVEAUX BIJOUX DE MAIN, D'ONGLES ET DE DOIGTS

La main devient territoire d'expression à part entière. Glissée à la deuxième ou troisième phalange, la bague de doigt, qu'on appelle « knuckle ring » ou « midi ring », invite à porter le bijou autrement.
De même, la manucure quitte le strict domaine de la beauté pour s'inscrire dans la création de mode. De cette mutation est né le bijou d'ongle, tendance la plus en vue du moment, magnifiée par Rihanna au Met Gala 2026 où elle a happé tous les regards et rebattu les codes de l'élégance contemporaine. À découvrir, la marque Tung Chuen et ses bijoux d'ongle opulents, sertis de pierres ou Yay Paris et sa bague d’ongle tout en finesse.
Enfin, le bijou pare l'ensemble de la main pour offrir un nouvel esthétisme, pour homme ou pour femme, à retrouver dans les collections de la marque Bhavyaramesh.

COULEURS FLASHY ET BIJOUX GOURMANDS, LA TOUCHE GOOD VIBES DE L'ÉTÉ

Le bijou se twiste de couleurs pour apporter sa touche de bonne humeur. Portées seules ou en accumulation, ces pièces good vibes aux teintes flashy réveillent la silhouette et signent l'arrivée des beaux jours (By Garance, Santibé, Niiki Paris, Satellite, Muja Juma, Love Lab…). Dans cette veine ultra colorée, les bijoux en forme de fruits, de légumes et de fleurs s'imposent comme les accessoires régressifs, ludiques et désirables du moment. Cerises aux oreilles, ananas au doigt, fraise autour du cou, pâquerettes en pendentif : ces pièces mignonnes, presque régressives, semblent emplies de douceurs d'autrefois, comme autant de réminiscences de l'enfance, à savourer notamment chez Ciléa, Franck Herval ou Bangle-Up.

Maison Gabriel

Muja Juma

LE BIJOU EXPLORE D'AUTRES MATIÈRES ET D’AUTRES TECHNIQUES : BOIS, CUIR, CORNE, OR RECYCLÉ …

Le bijou s'aventure désormais vers des matières plus brutes et plus sensibles : bois, corne de buffle, cuir végétal et animal composent une nouvelle palette. Le bois s'impose comme une alternative aux essences et aux textures variées, qui offrent une ressource inestimable de possibilités. Chez Nature Bijoux, il est façonné depuis de longues années sous toutes ses formes. La corne, un matériau de récupération et durable, séduit par sa résistance et sa légèreté comme Soyang qui crée ses bijoux à base de corne de buffle et de zébu. La marque Be Dogon Art offre également une nouvelle approche avec sa collection de bijoux en corne et en ébène.
Le cuir s'écrit au pluriel à l'image des pièces façonnées au laser par Teo Geo, 7pm Leather, ou les bijoux Les Georgettes avec son concept de cuir interchangeable aux couleurs réversibles.
L’or se réinvente également ! Face à la hausse du coût des matières premières et afin d'éviter la surexploitation des ressources, des marques comme Ana & Cha privilégient l'or recyclé pour le placage de leurs collections.

LE VESTIAIRE MASCULIN FAIT LA PART BELLE AUX BIJOUX

Broches, chaînes de pantalon, pins, créoles, bagues : le vestiaire masculin s'autorise aujourd'hui tous les bijoux. La perle s'est installée en tête : billes de nacre immaculées, beiges ou ébènes ont twisté les silhouettes sur les podiums et les tapis rouges, avant de gagner la rue et de séduire la génération Z (Les Merveilles du Pacifique, Madreperla).
Cette appétence nouvelle pour le bijou s'accompagne d'une porosité grandissante entre les vestiaires. Les lignes masculines de bijoux se multiplient (Côté Mec, Le Vent à la Française), les pièces unisexes se déclinent dans de nombreuses collections (Barba Rossa), tandis que les collections féminines elles-mêmes deviennent un terrain de jeu où les hommes viennent puiser au gré de leurs envies (Bijoux Monic).

ELEMENTS BY BIJORHCA & SOLUTIONS, L'UNIVERS DU SOURCING

L’espace Elements By Bijorhca est dédié aux éléments techniques rassemblant les fournisseurs de matières premières, composants, pierres précieuses et naturelles, présentoirs, services, innovations, solutions techniques et industrielles…

Avec Elements By Bijorhca & Solutions, Bijorhca met en lumière les acteurs qui accompagnent les créateurs au quotidien en annonçant plus de 35 exposants dont CHQ Gmbh, Ariana Lapis, Schmuckbasar, Fantasy Fashion, Laval 1878, Milhe & Avons, Sourcinn, Menoni, Estampadora, Maharaja Arts Palace, Alma, l’Atelier de Gaïa, Gori Gems, Leo Components…

Ces fabricants jouent un rôle déterminant dans la chaîne de valeur. Leur présence illustre la dimension complète de la filière : de l’amont et de l’aval.

Ariana Lapis

Pour les marques comme pour les acheteurs, cet espace représente une opportunité de sourcer, d’apprendre et de s’inspirer dans un laboratoire concret de la bijouterie de demain.

INFOS PRATIQUES
Bijorhca
5–7 septembre 2026
Porte de Versailles, Paris - Hall 1
Samedi - dimanche : 9h-19h
Lundi : 9h-18h

PRESS CONTACT

AKAGENCY Paris - Aleksandra Kawecki
aleksandra@akagencyparis.com
06 82 30 35 57

A PROPOS DU GROUPE WSN WSN-EVENTS.COM
Depuis plus de 35 ans, WSN conçoit et organise des rendez-vous qui inspirent, connectent et célèbrent la créativité. Acteur clé à la croisée de la mode, du design, du lifestyle et de la culture, le groupe propose des expériences qui allient business et émotions, et accompagne marques, distributeurs, talents émergents et professionnels des industries créatives. En dix ans, WSN est passé de 2 à 12 événements annuels, tous pensés pour répondre aux multiples attentes des industries créatives. Parmi ses formats emblématiques figurent Première Classe et Who's Next, ainsi que de nouveaux concepts comme Matter & Shape ou DRP. Au-delà de ces rendez-vous, WSN développe des solutions continues pour les communautés créatives à travers des initiatives telles que WSN Academy, RUN, ou des partenariats avec Ankorstore, Fashop, PagesMode et Ulule. La diversité de ses entités constitue une force qui lui permet, à Paris et à l'international, d'apporter toute l'année des réponses aux enjeux des marchés créatifs.

A PROPOS DE LA BOCI BOCI.ORG
Depuis 1873, la Fédération BOCI soutient et promeut les entreprises de la bijouterie en France et à l'international. En octobre 1930, la BOCI crée la première « Semaine de la Bijouterie » qui deviendra le futur BIJORHCA. Propriétaire de la marque BIJORHCA, la BOCI est partenaire de WSN, qui opère l'organisation du salon depuis mai 2021. La BOCI regroupe aujourd'hui près de 150 adhérents, incluant créateurs, fournisseurs et sous-traitants, et les représente auprès des institutions et des médias.