

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 17 septembre 2026

HERMÈS DÉVOILE SON NOUVEAU MAGASIN DE WILLIAMSBURG, À BROOKLYN, NEW YORK (ÉTATS-UNIS), INSPIRÉ DU PATRIMOINE ARCHITECTURAL ET DE L'ESPRIT CRÉATIF DU QUARTIER

Hermès est heureux d'annoncer l'ouverture, le 17 septembre 2026, de son nouveau magasin de Williamsburg, à New York, dans un espace contemporain, à l'image d'un atelier de Brooklyn, et renforce ainsi sa présence aux États-Unis. Les seize métiers de la maison y sont mis en valeur sur deux étages, dans un cadre vivant, façonné par une esthétique industrielle et un savoir-faire d'excellence, qui rendent hommage à la culture du quartier.

Un assemblage de cinq façades éclectiques, à la maçonnerie remarquable, s'inspire de l'architecture environnante et ancre le nouveau magasin dans ce quartier historique. De larges baies vitrées et des niches aveugles composent une symétrie au sein de la brique texturée. Ce vaste bâtiment d'angle s'articule autour d'une cour inattendue, où se dresse un imposant copalme d'Amérique, arbre majestueux, qui dissimule l'entrée principale du magasin, encadrée de tubes de cuivre aux lignes épurées.

L'entrée s'ouvre sur un vaste volume lumineux, doté de hauts plafonds, où la brique brute, le terrazzo gris et les éléments métalliques évoquent la culture des lofts et des ateliers industriels. Accueilli par la mosaïque au motif Faubourg, déclinée dans des tonalités bleu canard, et par l'ex-libris emblématique de la maison, le visiteur découvre l'univers de la soie, les accessoires de mode ainsi que les parfums et la beauté, qui se prolongent vers les chaussures femme et homme. Ce niveau rappelle l'atmosphère urbaine du quartier, avec ses tapis géométriques colorés et ses murs à effet de verre, qui permettent une circulation fluide. Plus loin, les collections pour la maison se déploient dans un espace accueillant, conçu pour recréer l'atmosphère d'un salon, entouré de murs habillés de lanières de cuir, de lacets bleu clair et de fibres de coton entrelacées.

Un mur de briques à double hauteur borde un escalier graphique évoquant les escaliers de secours typiques de New York, qui conduit à un intérieur à la fois chaleureux et industriel. Des rampes gainées de cuir guident le visiteur vers le premier étage. Un salon intimiste dédié à la bijouterie et à l'horlogerie se révèle dans un écrin aux compositions murales tissées à la main dans des tons terre, faisant écho aux matériaux utilisés dans l'univers des collections pour la maison. De part et d'autre de l'escalier, les collections de prêt-à-porter femme et homme sont présentées dans un espace au parquet en chêne. Le parcours se poursuit avec les collections d'équitation et la maroquinerie, baignées de lumière naturelle et rehaussées de tapis aux motifs variés, qui rythment l'ensemble.

Imaginé par l'agence d'architecture parisienne RDAI, le magasin se distingue par une esthétique contemporaine qui puise dans le savoir-faire artisanal et fait dialoguer les textures, créant ainsi une atmosphère harmonieuse. Dans la continuité de l'architecture extérieure, l'intérieur du magasin met à l'honneur, sur les murs et dans certains détails des sols, la créativité d'artistes de Williamsburg. Chacun apporte sa sensibilité au sein d'un projet commun, renforçant ainsi le lien avec la scène créative de Brooklyn.

Une sélection d'œuvres issues de la collection Émile Hermès et de la collection Hermès de photographies croise des regards historiques et contemporains. Parmi elles figurent trois tirages des photographes américains Bill Jacobson et Janet Delaney, dont *Early mornings, Staten Island Ferry (1985)*. Une sélection d'œuvres de l'artiste Philippe Weisbecker, issues de sa série *Structures*, explore quant à elle les détails architecturaux des bâtiments industriels du début du XX^e siècle.

Les vitrines inaugurales, imaginées par Antoine Platteau, directeur artistique des vitrines du 24, Faubourg Saint-Honoré, et l'artiste Christina Zimpel, basée à Brooklyn, donnent vie au magasin. Avec leurs couleurs excentriques et leur inspiration pop, elles recréent une scène d'inauguration où des femmes accompagnées de chiens à leur image et entourées de leurs objets Hermès se réunissent pour célébrer l'occasion.

Le nouveau magasin de Williamsburg invite les visiteurs à découvrir les créations intemporelles d'Hermès dans une ambiance chaleureuse et accueillante célébrant l'esprit de la ville.

Depuis 1837, Hermès reste fidèle à son modèle artisanal et à ses valeurs humanistes. La liberté de création, l'esprit d'innovation, la recherche permanente des plus belles matières, la transmission de savoir-faire d'excellence, jusqu'aux détails pensés pour l'usage – c'est-à-dire l'esthétique de la fonction – forment la singularité d'Hermès, maison d'objets créés pour durer. Entreprise familiale indépendante, qui regroupe 16 métiers, Hermès s'attache à conserver l'essentiel de sa production en France au sein de ses 60 sites de production et de formation, tout en développant son réseau de près de 300 magasins dans 45 pays. Le groupe emploie 27 107 personnes dans le monde, dont 16 656 en France*. Hermès est dirigé depuis 2013 par Axel Dumas, membre de la sixième génération.

Fondée en 2008, la Fondation d'entreprise Hermès soutient des projets dans les domaines de la création artistique, de l'éducation, de la formation et de la transmission des savoir-faire, de la biodiversité et de la préservation des environnements.

*Au 30 juin 2026