

Communiqué de Presse
Paris & New York, 9 février 2026

**Le Comité Colbert présente une exposition culturelle
célébrant 250 ans d'histoires franco-américaines du luxe à New York**

Paris, France & New York, NY – 9 février 2026 – Après *Jeux de Mains* à Shanghai en 2024, le Comité Colbert met à l'honneur les États-Unis afin de célébrer 250 ans d'amitié franco-américaine et révéler, à cette occasion, un chapitre de l'histoire américaine de plus de 60 Maisons de luxe et institutions culturelles, membres du Comité Colbert. Il s'agit d'un record de participation pour un évènement de rayonnement international de cette nature.

L'exposition intitulée « **Hidden Treasures, 250 Years of Franco-American Luxury Stories** » se tiendra du 26 au 31 mai 2026, au Centre culturel Le Shed. Pour la première fois de son histoire, le Comité Colbert y dévoilera des archives retraçant 250 ans de résonance créative et d'échanges artistiques entre les États-Unis et la France. A travers cet évènement, le Comité Colbert invite le public à redécouvrir ce dialogue créatif entre nos deux pays, envisagé comme une force vivante ayant profondément marqué l'art américain, la diplomatie, l'identité et la culture populaire.

Structurée en cinq chapitres, l'exposition propose un voyage à travers le temps et l'Atlantique, inspiré du vocabulaire du voyage et de l'échange. Chacune des 65 Maisons et Institutions culturelles participantes sera représentée par une malle d'expédition dédiée, transformée en cabinet de curiosité mettant en lumière une pièce exceptionnelle ainsi que sa portée culturelle.

Depuis sa création en 1954, le Comité Colbert promeut avec passion l'esprit du luxe et du savoir-faire français. Il rassemble aujourd'hui 96 Maisons françaises de luxe, 17 institutions culturelles. Avec cette exposition, le Comité Colbert et ses Maisons abordent le luxe français comme un prisme anthropologique, historique et artistique permettant de relire la longue amitié entre la France et les États-Unis.

« *Hommage au dialogue créatif incessant entre nos pays, Hidden Treasures révèle comment le luxe et le patrimoine français ont agi, depuis plus de deux siècles, comme un catalyseur de diplomatie culturelle et comme un langage universel d'élégance, d'innovation et d'influences partagées* », déclare Bénédicte Épinay, CEO du Comité Colbert.

L'annonce de cette exposition inédite s'accompagne de la présentation d'une étude en deux vagues menées en août/septembre 2025 et janvier 2026 par le cabinet américain de conseil The Heart Monitors.

Le cabinet a interrogé 600 consommateurs américains âgés de 18 à 60 ans ayant acheté des produits français au cours de l'année précédente, offrant ainsi une perspective transversale sur l'évolution de l'attachement émotionnel, de la fidélité et de l'intention d'achat dans un contexte de pression externe croissante. Les conclusions de l'étude montrent que le lien émotionnel profond avec la France dépasse largement le cercle des consommateurs traditionnels du luxe. Pour ce public, la « francité » n'est pas perçue comme un idéal inatteignable, mais comme une forme de sophistication accessible, qui enrichit leur quotidien.

COMITÉ COLBERT

Depuis 1954

Malgré les hausses de prix liées aux droits de douane, 46 % des consommateurs déclarent que leur perception des produits français reste inchangée. La France demeure le pays dont les produits sont le plus considérés comme « valant l'achat » (61 % d'opinions favorables), suivie de près par l'Italie (57 %). Ces résultats suggèrent que la pression économique entraîne davantage une réflexion marginale qu'un rejet pur et simple ou un affaiblissement du désir des consommateurs.

Les 65 Maisons et Institutions culturelles exposées au Shed représentent le luxe et le savoir-faire français dans les domaines de la mode et de la haute couture, de la gastronomie et de l'hospitalité, du patrimoine et des musées, des parfums et cosmétiques, de l'horlogerie et de la joaillerie, des vins et spiritueux, des arts de la table, de l'orfèvrerie et du design.

Ensemble, ces récits patrimoniaux positionnent le luxe français comme un compagnon fidèle de l'histoire américaine, éclairant des moments d'aspiration, de transformation et de connexion, et montrant comment les deux nations n'ont cessé de s'influencer et de se réinventer mutuellement.

« **Hidden Treasures, 250 Years of Franco-American Luxury Stories** » sera ouverte au public du 26 au 31 mai 2026 à The Shed - Hudson Yards. La billetterie ouvrira dans les prochains mois.

Maisons participantes:

ATELIER MÉRIGUET-	LELIÈVRE PARIS
CARRÈRE	LIAIGRE
BACCARAT	LONGCHAMP
BALENCIAGA	LOUIS VUITTON
BÄUMER – PLACE VENDÔME	LA MAISON DU CHOCOLAT
BERLUTI	MAISON FRANCIS
BERNARDAUD	KURKDJIAN
CHAMPAGNE BOLLINGER	MARTELL
BOUCHERON	MELLERIO
BREGUET	MESSIKA
CARTIER	LE MEURICE
CELINE	PIERRE FREY
CHAMPAGNE CHARLES	POTEL ET CHABOT
HEIDSIECK	LES PRES D'EUGENIE
CHÂTEAU D'YQUEM	PUIFORCAT
CHANEL	COGNAC RÉMY MARTIN
CHLOË	(LOUIS XIII)
CHRISTIAN DIOR COUTURE	RITZ PARIS
CHRISTIAN DIOR PARFUMS	CHAMPAGNE RUINART
CHRISTIAN LOUBOUTIN	S.T. DUPONT
CHRISTOFLE	SAINT-Louis
DIPTYQUE	HENRI SELMER PARIS
ERCUIS	VAN CLEEF & ARPELS
FAÏENCERIE DE GIEN	CHAMPAGNE VEUVE
FÉAU BOISERIES	CLICQUOT
GIVENCHY	PONSARDIN
GUERLAIN	YVES DELORME
GUY SAVOY	
HENNESSY	
HERMÈS	
HÔTEL PLAZA ATHÉNÉE	
J.M. WESTON	
JEAN PAUL GAULTIER	
JEANNE LANVIN	
CHAMPAGNE KRUG	
LANCÔME PARFUMS	
LA PREMIÈRE AIR FRANCE	

COMITÉ COLBERT

Depuis 1954

Institutions culturelles:

CHÂTEAU DE VERSAILLES
GRAND PALAIS RMN
LA TOUR EIFFEL
MANUFACTURES NATIONALES SÈVRES & MOBILIER NATIONAL
MONNAIE DE PARIS
MUSÉE DU LOUVRE

Visuels sur demande

Contacts presse

Comité Colbert – France

Odile Idkowiak
Mail : odile@odilecom.com
Mob : 06 89 42 14 17

PR Consulting – USA

comitecolbert@prconsulting.net
(212) 228-8181

À propos du Comité Colbert

Créé en 1954 à l'initiative de Jean-Jacques Guerlain, le Comité Colbert est un collectif unique. Il réunit 96 Maisons françaises de luxe, 17 institutions culturelles et 6 Maisons européennes de luxe, représentant 14 métiers : de la parfumerie à la joaillerie et à l'horlogerie, de la mode à l'orfèvrerie, de la gastronomie aux vins et spiritueux, du design à la décoration.

« *Promouvoir passionnément, développer durablement, transmettre patiemment les savoir-faire et la création française pour insuffler du rêve* » est la raison d'être du Comité Colbert guidant chacune de ses actions. Toutes visent à contribuer au rayonnement international du luxe et de l'art de vivre français, à la préservation des savoir-faire et de la création, ainsi qu'à leur transmission aux nouvelles générations.