

L'Exposition du Centenaire de FORVIL ouvre à Paris

L'art et l'esthétique de la mode française, tels les flots de la Seine, s'écoulent depuis un siècle en guidant le rythme des tendances mondiales. Des courbes fluides de l'Art nouveau aux lignes géométriques de l'Art déco, des songes surréalistes à l'épure du minimalisme moderne, l'esthétique française, forte de son héritage, imprègne profondément la texture de l'industrie de la mode en Chine et redéfinit la perception contemporaine du raffinement.

Dans la constellation des marques de luxe qui incarnent cette philosophie de vie, FORVIL, maison française de soins capillaires issus du spa, s'impose telle une empreinte d'élégance qui traverse le siècle. Du 4 au 10 septembre 2025, FORVIL s'unira à la Paris Design Week, référence mondiale du design, pour inaugurer son Exposition du Centenaire au coeur du Marais, haut lieu de culture et d'art à Paris. Cet événement n'est pas seulement un retour sur l'histoire de la maison : il est l'écrin où se révèlent un siècle d'esthétique sublimée et de trésors de savoir-faire, patiemment façonnés et désormais offerts à la lumière du monde.

Origines centenaires : une symphonie d'art, d'amour et d'esprit pionnier

Au début du XX^e siècle, le célèbre parfumeur Leo Fink transforma l'amour passionné qu'il portait à son épouse VAL en un parfum éternel, donnant naissance à la maison FORVAL (le prédécesseur de FORVIL). La même année, la fusion avec l'atelier historique de soins Docteur Pierre ouvrit la voie à une aventure centenaire.

Dès ses origines, la marque révéla son empreinte artistique. Leo Fink, visionnaire et fin observateur des courants culturels, ne fut pas seulement parfumeur mais créateur d'un langage esthétique inédit. Il fit dialoguer la splendeur de l'Art déco et l'intemporalité des estampes orientales, gravant dans FORVIL une signature unique. Inspiré par la muse Joséphine Baker, première star noire mondiale, il lança le parfum « Perle Noire », dont les accords singuliers s'accordaient à merveille avec un flacon Art déco façonné en exclusivité par la maison de cristal Lalique. Dès son apparition, cette création fit sensation et embrasa l'univers de la mode, devenant la pierre fondatrice de l'esthétique FORVIL.

L'art du croisement : illustration, design et créateur de tendances

Dès les années 1930, FORVIL inaugura une nouvelle ère publicitaire en s'associant à des illustrateurs de renom, donnant naissance à une véritable esthétique de l'affiche. Tout au long des décennies suivantes (des années 1930 aux années 1960), la maison poursuivit ces collaborations avec les grands noms de l'illustration, et ses affiches artistiques parurent à de nombreuses reprises dans des journaux prestigieux tels que Le Figaro, élevant la publicité commerciale au rang d'oeuvres d'art recherchées par les collectionneurs. Parallèlement, plusieurs créations historiques de la marque, fondées sur un design empreint d'élégance, furent sublimées par sa collaboration avec Lalique, où l'art du cristal se fondait dans les produits pour engendrer des classiques intemporels.

FORVIL fut également l'une des premières maisons à explorer l'univers des huiles capillaires. Sa toute première huile vit le jour en 1938, et en 1946, une étape décisive marqua son histoire : la maison invita l'icône hollywoodienne Veronica Lake à incarner une campagne devenue légendaire. Dans cette publicité, Veronica apparut avec sa chevelure ondulée « peek-a-boo » soigneusement séparée sur le côté ; ses mèches en cascade, couvrant à demi son visage mystérieux, fascinèrent instantanément le monde de la mode en Europe et aux États-Unis. Dès lors, FORVIL concentra son expertise sur l'art du soin capillaire et s'imposa comme pionnière des huiles capillaires.

Héritage et réinvention

En 2024, à l'occasion de son centenaire, FORVIL dévoila une création hommage : l'Huile Capillaire Black Pearl. Le flacon reprend fidèlement l'icône artistique du parfum originel de 1924, tandis que la signature olfactive intemporelle de « Perle Noire » y est subtilement réinterprétée. En y intégrant les technologies capillaires les plus modernes, la maison a imaginé une innovation audacieuse : l'alliance inédite d'une huile de soin capillaire et d'un parfum pour cheveux, offrant un rituel sensoriel à double effet qui réinvente l'esprit pionnier de l'époque de Joséphine Baker.

Événement phare de la Paris Design Week, l'exposition dévoilera les trésors centenaires de FORVIL, depuis ses créations emblématiques qui ont marqué les croisements de la mode et de l'art jusqu'aux chefs-d'oeuvre nés de collaborations avec de grands maîtres. Au coeur de cette rétrospective, l'Huile Centenaire, symbole des origines de la maison et de son héritage artistique, s'imposera comme la pièce maîtresse de l'exposition. FORVIL convie les passionnés d'art et d'esthétique du monde entier à Paris en septembre pour partager une célébration unique, empreinte de cent ans de savoir-faire, d'élégance et d'âme artistique.

About the Author

FORVIL

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept](#), droits de revente