

Centenaire de FORVIL une exposition hommage À la Paris Design Week

Du 4 au 10 septembre 2025, la maison centenaire française FORVIL, emblème du soin capillaire de luxe, a présenté son exposition du centenaire en partenariat avec la Paris Design Week, dans le quartier historique du Marais, haut lieu du patrimoine artistique parisien. Bien plus qu'un simple hommage au design créatif, cette exposition s'est révélée être une véritable passerelle esthétique entre mémoire et modernité. Elle rend un vibrant hommage à l'esprit artistique français et célèbre avec émotion cent ans de savoir-faire raffiné.

La Paris Design Week demeure une référence mondiale en matière de tendances design. Cette année, sous le thème de la « régénération », l'événement mettait en lumière des marques et créateurs ancrés dans l'histoire tout en embrassant l'innovation. FORVIL incarne parfaitement ce rôle de « poète esthétique » centenaire, alliant profondeur artistique et esprit avant-gardiste, et s'affirme comme l'un des temps forts de cette édition. Dans cette cartographie sensible du design contemporain, FORVIL s'impose comme un poète esthétique, dont la parole traverse les époques. Portée par un héritage artistique rare et un esprit d'avant-garde assumé, la maison incarne avec justesse l'un des temps forts de cette édition.

L'exposition du centenaire a présenté dans un parcours sensible et chronologique les oeuvres emblématiques de FORVIL au fil du temps, mêlant art décoratif et estampe orientale pour créer une identité de marque singulière. Des affiches artistiques issues de collaborations avec des maîtres illustrateurs aux campagnes esthétiques publiées dans Le Figaro, en passant par les flacons de parfum co-crédés avec la prestigieuse cristallerie française Lalique, chaque pièce est telle une ambre du temps, conservant le raffinement de son époque et l'expertise artisanale de la marque. Parmi ces pièces, deux histoires ont particulièrement captivé l'attention : l'« Huile centenaire » et le « Flacon Perle Noire » emblématiques de la marque.

En 1924, le célèbre parfumeur Leo Fink, animé par son amour pour son épouse VAL, fonde la marque de parfums FORVAL (ancêtre de FORVIL) et s'inspire de la première super star noire mondiale, Josephine Baker, pour créer le parfum légendaire PERLE NOIRE. Avec ses notes raffinées et sa profondeur, ce parfum emblématique bouleverse le monde de la mode et introduit la marque dans de nombreux foyers européens.

La première huile capillaire FORVIL, née en 1938, symbolise l'alliance du savoir-faire scientifique et artistique. En 1946, l'icône hollywoodienne Veronica Lake, avec sa coupe PEEK-A-BOO emblématique, apparaît dans une publicité qui propulse l'huile FORVIL sur la scène internationale, consolidant son statut de pionnier dans le domaine des soins capillaires. En 2024, pour célébrer le centenaire, FORVIL lance l'édition rééditée de « l'Huile Capillaire Perle Noire - Édition Réinterprétée », restituant l'esthétique et le bouquet olfactif du flacon original de 1924, tout en intégrant les technologies modernes de soin capillaire, réalisant ainsi une double innovation « soin du cheveu + expérience olfactive ».

Laurent Maudet, Vice-Président Exécutif de FORVIL, a inauguré l'exposition du centenaire en présence des médias et a partagé sa vision lors d'un entretien :

« FORVIL souhaite transmettre la beauté à la française de manière tangible et immersive. Ce que nous exposons, ce sont moins des produits que des fragments de mémoire esthétique, des instants à chérir. »

L'événement a attiré de nombreuses figures influentes du monde de la mode et de l'art, telles que la blogueuse renommée Agelina ou la danseuse étoile européenne Lura.

Plongées dans l'univers légendaire de la marque, elles ont partagé leurs réflexions et leurs émotions sur les réseaux sociaux, offrant une lecture sensible des codes esthétiques de FORVIL et suscitant un vif écho auprès de leurs communautés. Le 7 septembre, Laurent a également participé au cocktail croisé de la Paris Design Week, réunissant des personnalités du monde artistique, du design et de l'architecture. Une soirée placée sous le signe de la rencontre, de la transmission et du dialogue entre les arts, où l'on a célébré ensemble la beauté du geste et l'intelligence du temps.

En tant que marque française centenaire, FORVIL considère la diffusion de la culture et de l'art à la française comme sa mission. Sa présence s'étend à l'Europe et à la région Asie-Pacifique, véhiculant bien plus que la beauté des produits : un véritable art de vivre français, alliant esthétique, art et qualité de vie. La marque possède des SPA phares en propre, notamment à l'hôtel Bowmann et à l'hôtel Le-Belmont à Paris, ainsi qu'à l'hôtel CEZANNE à Cannes, et est également présente dans des lieux d'exception tels que le centre de soins capillaires APOGÉE, le Golf Club SPA de Paris Saint-Cloud ou le château Bourghtheroulde en Normandie, offrant des soins capillaires et corporels complets et diffusant la philosophie du style de vie français dans le monde.

Le centenaire n'est pas une fin, mais l'amorce d'un nouveau chapitre. Avec art et savoir-faire, FORVIL poursuivra l'écriture d'une légende esthétique tournée vers le siècle à venir.

About the Author

FORVIL