





À gauche, Serge Haozi, directeur artistique des Teintures de France, prend la pose dans une essoreuse. Ci-dessous, l'ajout de pigments dans un bain de teinture. La main du directeur d'atelier couverte d'une préparation vert fluo. Page de droite, Jean, teinturier coloriste.



REPRODUIRE SUR UN tissu l'auréole d'une tasse de thé malencontreusement étalée sur un costume immaculé de John Galliano ; ressusciter un jean en perdition pour Nicolas Di Felice à quelques heures d'un défilé ; repigmenter et transformer la texture de bottes Burberry au milieu de la nuit... Depuis ses débuts, il y a plus de trente ans, comme maître teinturier, jusqu'à sa fonction actuelle de directeur artistique chez Les Teintures de France, Serge Haozi a accompli de « nombreux miracles ». « Mon métier n'existe pas vraiment. Je suis teinturier, délaveur, ennoblisseur, imprimeur... Car, au fil des ans, nous avons développé une offre de plus en plus large », explique, dans son entreprise installée à Bonneuil-sur-Marne (Val-de-Marne), celui qui s'est donné comme règle d'or de « ne jamais dire non, quoi qu'il arrive. Quand une difficulté surgit, on cherche et on trouve une solution. » Alors, parfois, il faut jouer de la débrouille, réajuster une machine, reprendre un bain de teinture... ou tout simplement mettre la main à la pâte, en s'emparant soi-même du pinceau ou de la pierre ponce.

Le jour de notre rencontre, ce spécialiste du textile a revêtu une chemise blanche qui semble avoir essuyé une averse. Elle ruisselle de petites gouttes transparentes légèrement scintillantes. L'effet intrigue. « Elle est toute sèche, ne vous inquiétez pas ! J'ai créé ces motifs grâce à ma nouvelle imprimante Stratasy, la seule au monde à pouvoir imprimer en 3D sur des textiles. Une révolution, assure-t-il. Demain, l'industrie de la mode ne pourra plus s'en passer. » La machine peut tout « reproduire », explique-t-il en tendant un échantillon imaginé pour Dior : le monogramme en relief de la maison est entrelacé dans des fleurs colorées plus vraies que nature. Écaillés de crocodile, sequins, cristaux, strass, boutons bijoux... D'un coup



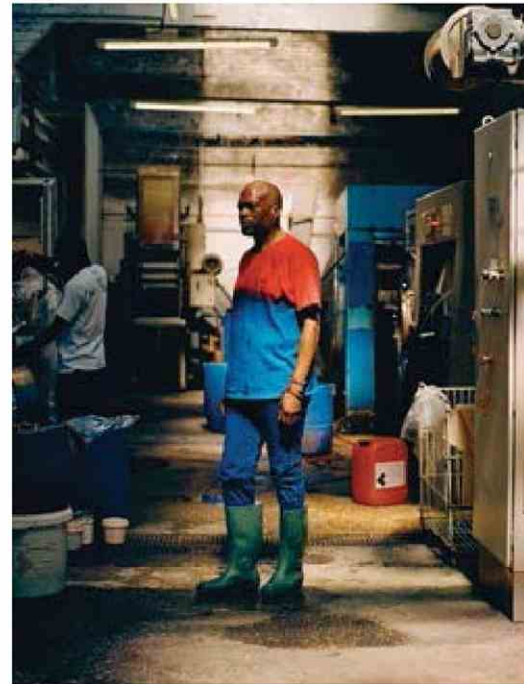


d'impression 3D en résine, tout prend forme en un instant. « Il est impératif de garder une avance technologique en matière d'ennoblissement. » Chez Les Teintures de France, trois ingénieurs 3D testent désormais à temps plein des innovations visuelles et imaginent de nouveaux motifs. « Aujourd'hui, on travaille avec quasiment toutes les maisons de luxe : de Chanel à Dior, en passant par Balenciaga, Mugler, Alaïa, etc. Grâce à toutes les technologies que nous avons réunies, nos possibilités sont illimitées. »

Au départ, Serge Haozi s'est fait un nom dans le pressing haut de gamme avec une chaîne de nettoyage à sec. Rapidement, il s'est vu confier les costumes de scène du Moulin-Rouge, du Paradis latin ou encore de l'Opéra de Paris. Par la suite, il établit un partenariat avec Disneyland Paris, prenant en charge l'entretien quotidien de tenues délicates, brodées de perles et de paillettes. Véritable restaurateur textile, il devient spécialiste dans le démontage des pièces et l'analyse des matières pour leur redonner leur éclat. Sur sa lancée, il crée un département spécialisé dans la teinture, le délavage et l'ennoblissement textile. Tout est alors fait à la main : trempage dans des bassines, couleurs pulvérisées au pinceau, délavage à la pierre ponce... C'est à cette période qu'il rencontre et sympathise avec de grands noms du milieu, notamment John Galiano, Christophe Decarnin ou encore Haider Ackermann. Il les retrouvera quelques années plus tard à la tête de grandes maisons. « Un jour, Haider Ackermann a poussé la porte de l'atelier avec une lithographie sous le bras. Il m'a demandé de reproduire les dessins abstraits de l'œuvre sur une série de vêtements. Il a passé la journée à travailler avec moi, attentif à chaque détail », se souvient Serge Haozi. Peu à peu, son nom circule dans le milieu de la mode et de plus en plus de créateurs font appel à ses services. On le surnomme « le magicien », on veut bénéficier de ces fameuses « recettes ».

En 2020, Serge Haozi s'associe avec Thierry Azerad, déjà propriétaire d'une teinturerie. Ensemble, les deux hommes développent la structure de manière significative. En cinq ans à peine, la manufacture baptisée Les Teintures de France s'est considérablement agrandie et industrialisée, profitant du boom post-pandémie. De trois salariés, l'entreprise est passée à une trentaine. Et le parc de machines a grossi dans les mêmes proportions. Si l'activité teinture, dont la direction veut préserver les savoir-faire techniques historiques, représente encore environ 50 % du chiffre d'affaires, la manufacture effectue désormais toutes sortes d'ennoblissements : délavage à l'ozone, traitement laser, broderie, impression numérique, solutions de gravure et de microperforation, impression 3D... Aujourd'hui, il est même possible de teindre en dégradé un fil grâce à une machine dernier cri et de broder des motifs colorés d'un seul trait. « Notre approche est artisanale, expérimentale : nous nous consacrons au développement de prototypes et aux petites séries, jusqu'à 300-500 pièces maximum. » Avec une arme secrète : l'ultrarapidité. « Nous réalisons une foule d'opérations en quelques heures seulement – deux jours maximum. Notre métier, c'est l'urgence. » Les changements de dernière minute sont monnaie courante dans le milieu.

Intarissable, Serge Haozi nous entraîne dans les moindres recoins des ateliers qui courent sur 3 000 mètres carrés. Un artisan passe en portant précieusement une robe Alaïa, tout juste sortie du four, suspendue à un cintre. Dans l'atelier teinture, la chaleur est intense, les bottes noires des techniciens baignent dans une mer rose fluo. Tout teinturier est aussi coloriste : à lui de composer avec les pigments, de doser le temps d'infusion, de maîtriser le séchage. Il faut avoir l'œil et la patience pour refaire les mélanges jusqu'à trouver la bonne nuance. Ce matin-là, un employé est en train de teindre, selon la méthode traditionnelle, une soie bleu-gris pour Loewe, il brasse ses pigments avec un bâton, s'apprête à ajouter un peu de jaune. La soie est fragile, utiliser cette méthode à l'ancienne permet de s'assurer qu'elle ne sera pas « cassée » et que son brillant sera conservé. Si les machines sont nombreuses (l'entreprise en compte une cinquantaine, allant des machines traditionnelles à celles de dernière génération) pour effectuer les opérations de teinture, les gestes manuels restent au cœur de la pratique. La présence de cuves permet de garder une dimension artisanale. « Les textiles sont désormais teints avec des —>



« J'ai créé ces motifs grâce à ma nouvelle imprimante, la seule au monde à pouvoir imprimer en 3D sur des textiles. Une révolution. Demain, l'industrie de la mode ne pourra plus s'en passer. »

Serge Haozi, directeur artistique des Teintures de France





Ci-contre, les gants et le verre doseur d'un teinturier. Un mannequin gonflable, installé dans une cabine de teinture, utilisé pour les pièces à manches. Ci-dessous, Mamadou, responsable de l'atelier création, prépare un échantillon de recherche pour une marque.

—> pigments presque entièrement dépourvus de produits chimiques, précise Serge Haozi. Seule la chaleur subsiste, mais les émanations nocives ont disparu. Sur les 1500 substances autrefois nécessaires pour obtenir le même résultat, il ne reste plus que trois produits chimiques : l'eau de Javel, le permanganate de potassium et un décapant pour la laine. »

Le spécialiste poursuit sur le délavage du jean qui s'est longtemps fait à la pierre ponce ou à la javel mais que Les Teintures de France proposent désormais en version écologique. Une machine innovante, sans eau ni produits chimiques, transforme l'oxygène de l'air en ozone et permet de décolorer le denim. « On est toujours à la recherche de nouveaux procédés. » Il faut dire que les créateurs n'hésitent pas à lui adresser des demandes toujours plus originales. Ici, on aperçoit un échantillon à effet givré créé à partir de gros sel ; là, un jean à la texture gélatineuse ; plus loin, une gravure sur une peau de mouton. Un trench en cuir, chiffonné dans sa partie basse, semble tout droit « sorti de la malle de mon grand-père ». Quand il était chez Balenciaga, Demna lui a donné beaucoup de fil à retordre, avec des textures « vintage » ou « destroy », parfois même volontairement « salies ». « On retravaillait pratiquement toutes les pièces deux ou trois jours avant le défilé pour leur donner l'effet attendu par Demna. Une fois, nous avons passé plus de trente-cinq heures à fabriquer un manteau comme ébouriffé de plumes, mais en réalité constitué d'une multitude de morceaux de tissus déchirés. » Dans une cabine spécialement créée pour réaliser des pulvérisations, une veste en cuir est en train d'être colorée sous nos yeux. Serge Haozi a également signé un partenariat avec l'Institut français de la mode pour accompagner des étudiants dans le développement de leur collection. « Souvent je me dis : " Mais où vont-ils chercher ces trucs-là ? " C'est toujours très stimulant de collaborer avec des créateurs en herbe. »

Face au grand turnover des directeurs artistiques en cette rentrée dans le milieu du luxe, le spécialiste affiche son optimisme, y voyant autant de nouveaux débouchés. « Nous avons déjà commencé à travailler avec Jonathan Anderson [Dior] et Matthieu Blazy [Chanel]. Leur approche artisanale et très artistique correspond parfaitement aux recherches sur les matières que nous aimons explorer et développer. » Dans quelques jours, à la fashion week de Paris, il faudra ouvrir l'œil pour tenter de repérer le résultat de leurs dernières recherches. (M)



Guillaume Blot pour M Le magazine du Monde