

LA BELLE RENAISSANCE DE REBELLION TIMEPIECES

Née en 2008, la marque vaudoise a connu des débuts difficiles à cause d'un intermédiaire peu scrupuleux. Mais elle s'est aujourd'hui relevée et repart à la conquête des marchés horlogers avec des pièces très convaincantes. Par Thierry Brandt

Question marketing, Steve Clerici, le patron de Rebellion Timepieces, sait y faire. Impossible de le manquer dans les rues de Lausanne au volant de l'un ou l'autre des gros 4x4 qu'il affectionne et dont les flancs sont bardés de gigantesques autocollants «Rebellion Timepieces». De quoi mettre la puce à l'oreille de tous les amateurs d'horlogerie...

Lorsque nous l'avons abordé pour la première fois, l'été dernier, Steve Clerici portait au poignet un prototype impressionnant, full black, celui de la RE-2, présenté à Bâle la même année. Impressionnant, mais à vrai dire imparfait (comme tous les protos) et un rien bling-bling. Et on s'était surpris à nourrir quelque basse pensée, du genre «encore un petit malin qui prétend entrer dans l'horlogerie en nous en jetant plein la figure». Mea culpa. Un an plus tard, force est de constater que Rebellion est une vraie marque horlogère, avec des ambitions clairement affichées, mais dans le souci d'un développement modeste et bien cadré. Une forme de sagesse qui n'est pas née du hasard: il faut dire que, par la faute d'un intermédiaire peu scrupuleux, le projet a bien failli capoter après quelques mois d'existence. Il a

donc fallu serrer les fesses, s'armer de courage et remettre l'ouvrage sur le métier.

Et aujourd'hui, entouré des meilleurs artisans de la branche, Steve Clerici et son partenaire financier peuvent fêter dignement la renaissance de la RE-2. Un chrono flyback, dont le dessin est signé Eric Giroud et les complications Laurent Besse. C'est clair, on voit d'emblée la patte des maîtres dans l'élaboration de ce garde-temps impressionnant: boîtier surdimensionné (46 x 56 mm), design sportif et musclé mais non sans finesse, cadran, aiguilles et compteurs superbement travaillés. Le côté viril est assumé.

«Notre identité est technique et avant-

Avec la RE-2, Rebellion impose une signature résolument masculine et sportive.



gardiste. C'est pour cela que nous avons appelé la marque Rebellion. Comme nous n'avons pas de passé à défendre, ni de légitimité séculaire, nous pouvons nous permettre de casser certains codes», assure un Steve Clerici bien décidé à poursuivre dans cette voie créatrice. «C'est notre liberté. On peut vraiment tout imaginer. Nous nous construisons avec cela», poursuit-il en dévoilant quelques pans de sa stratégie pour les années à venir. «Notre idée est de bâtir la marque sur deux piliers, avance-t-il. Le premier, c'est une collection de base, plus axée sur le volume, permettant de dégager des liquidités. L'autre, c'est le développement, en très petites séries, de pièces exceptionnelles, sans limites de créativité.» Le tout en restant dans un marché de niche – celui des

collectionneurs et des curieux avides de nouveautés – et en soignant ladite clientèle avec un suivi personnalisé. Steve Clerici en est certain: crise ou pas crise, ces amateurs-là ne sont pas près de disparaître. «Et puis, de toute façon, nous avons commencé au moment où la crise débutait. Comme nous n'étions pas là auparavant, cela ne peut qu'aller de mieux en mieux», conclut ce passionné optimiste. ■