



# maximilian büsser

# &

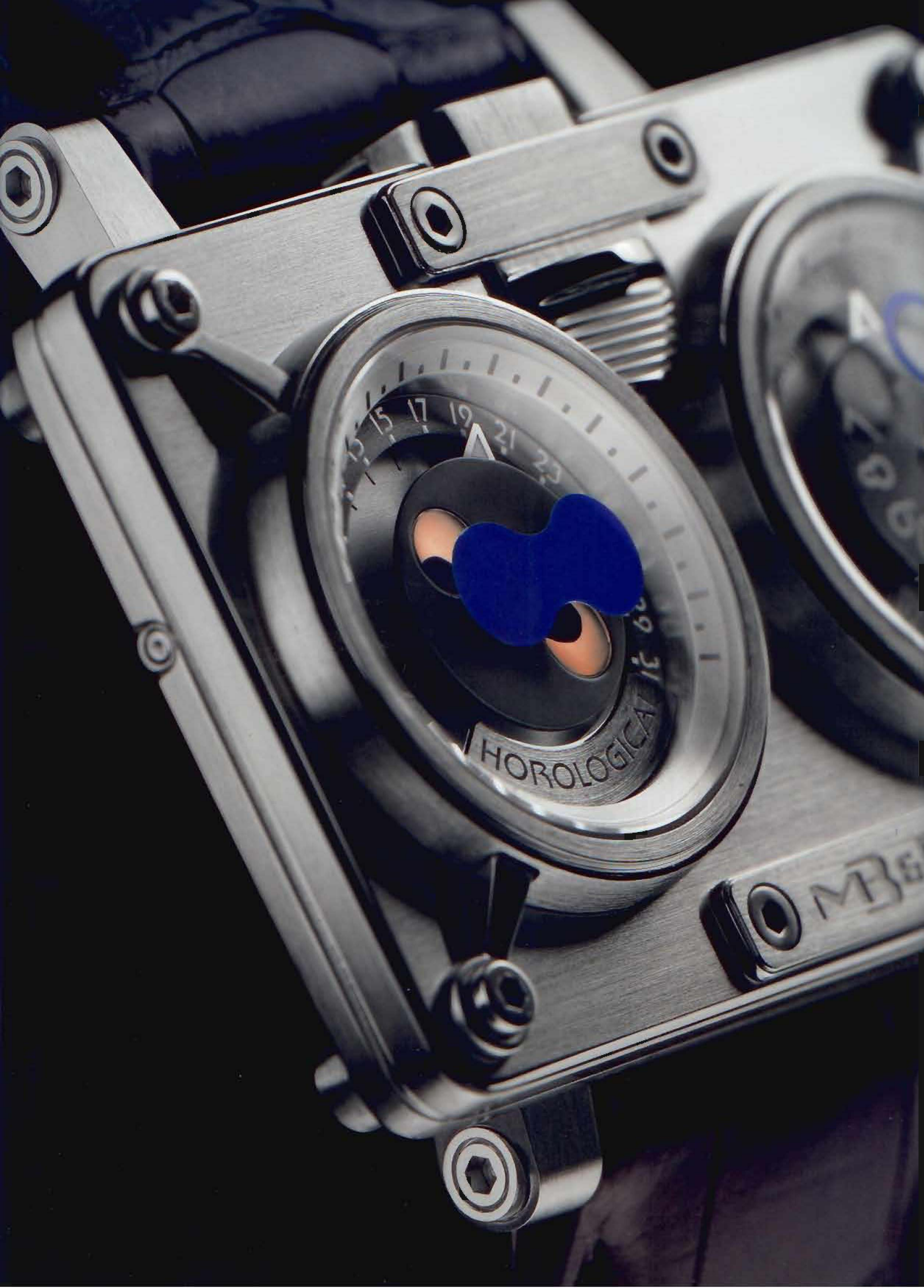
## friends

*Микрореволюции, потрясающие часовой мир, часто заметны лишь профессионалам, вооруженным лупой. Но революция, устроенная MB&F, очевидна... и невероятна. С Максом Бюссером побеседовала Анна Крейчман.*

Horological Machine No.1 от MB&F, как, впрочем и Horological Machine No.2 («механизмы — измерили времени» — так дословно переводится название) поражают воображение. Эти приборы, соединившие в себе футуристичность устройств из романов Жюль Верна, шпионский облик гаджетов агента 007 и даже черты японских боевых роботов, невозможно назвать просто часами. Первое, что бросается в глаза, — это, конечно, два окна: корпус, в которых... два циферблата. Почему? Для чего? Вопросы задают даже те, кто искушен в часовых изысках. А ответ прост: один показывает часы, другой — минуты.

«Изначальной идеей проекта Horological Machine было слияние двух миров. У нас возникла масса технических проблем на пути материализации этого замысла. Но талантливые часовщики, которых я пригласила, успешно осуществили сложнейшую разработку. Не углубляясь в технологию, скажу: в этом устройстве 350 деталей, причем 150 — в корпусе (обычно корпус часов состоит из 20–25 деталей)», — рассказывает создатель компании MB&F Максимилиан Бюссер, вундеркинд часового мира. До недавнего времени он был топ-менеджером бренда Harry Winston и отвечал в первую очередь за выпуск часов линии Opus — самых инновационных и нестандартных. Теперь же он учредитель, идеолог и лицо компании своих мечтаний, в которой работает команда единомышленников.

«Почти со всеми, с кем сейчас работаю, я работал раньше. Мне удалось сохранить контакт с теми, кто нравит







мне как люди и при этом профессионалы своего этого они работали с известными брендами, но никогда не упоминались. Теперь, когда они стали со мной, о них узнали. Начиная со следующей моды я хочу убрать свое имя из названия бренда, потому кто работает со мной, — звезды, а я всего лишь дир

Команда Бюссера воплощает в жизнь его самые идеи. «Когда я приношу свои эскизы часовщик что он делает, — падает со стула. Потом он поднимается, говорит, что подумает, и через пару недель приносит технические решения, которые мы начинаем реализовывать. Создание часов — от дизайна до выпуска на рынок в среднем два года. Мы делаем часы такими, какими их видеть. Только такими, и все. И тут нет ни технических маркетинговых причин, просто мы вкладываем часы самих себя. Когда-то я понял, что есть хорошие дизайнеры, которые занимаются оформлением интерьеров, а есть художники, которым наплевать и на мнение окружающих об их картинах. Да, их работы можно, никто не повесит у себя в гостиной, но они их потому, что не могут этого не делать. И это — в часовой индустрии, то, чем я раньше занимался, — оформление интерьеров. Поэтому когда человек приходит в часовую магазин, ему кажется, что он видит одни часы повсюду. Ну да, чуть больше циферблат, другое по сути одно и то же. А когда мы создаем что Horological Machine, это искусство. Люди очень яростно реагируют на такие вещи — вплоть до «Я никогда не стану носить». Но для меня это не главное, мне важно то, что я хочу. Сотни лет часовые мастера шли по одному пути и не сворачивали. А потом мы — и немногие другие — нашли дверь и свернули в переулок».

На вопрос: «Стоило ли менять выгодную позицию известной компании на тяготы свободного плавания?» Бюссер отвечает: «MB&F — это больше жизненное, чем бизнес-решение. Мне очень повезло, что в 31 лет я стал генеральным директором Halcyon Winston Rare Timepieces. Я никогда не мечтал о такой должности. Примерно в то время, когда появилась идея создания собственной компании, я потерял отца. Для мужчины это момент, когда не понимаешь, что смерть. Я вообще трудолюбивый, из тех, которые за две минуты до смерти думают, что не успели поработать за жизнь. В этот период я и задумался о том, что мне по-настоящему интересно. И если мне удастся собрать автобус, то итог жизни будет не очень радостным, как раз объяснение того, почему я бросил свою идею, работу и учредил собственный бренд, стал создавать вот сумасшедшие образцы часового искусства».

Революции пожирают своих детей, и, оставшись в развитии, Maximilian Büsser & Friends рисковали стать быть интересными, потеряться в толпе людей. Но Бюссер-бизнесмен всегда делает уступку творцу. И оригинальное решение «сумасшедшего часового искусства» с двумя циферблатами не стало чертой дизайна MB&F. «Это просто удачная идея, будут другие, новые, и я уверен, что мы продолжим создавать часы. Как творческий человек я уже сейчас готов делиться этими тайнами, но бизнесмен внутри меня не позволяет вводить тайны». Амбициозный харизматичный Макс идет это с таким запалом, что ясно: MB&F и правда не собирается останавливаться. Продолжать революционировать — благо поклонников нестандартных решений среди ценителей часовых механизмов немало. И уже сейчас старт MB&F можно назвать дизайнерским, но и коммерчески успешным. ■



## 74 Premium class hotel

Стильный Sorocabana Palace в Рио-де-Жанейро — это то, что называется Бразилия deluxe.

## 78 Записки путешественника

«Ты помнишь, каким потрясающим чаем нас поил бедуин в Вади Раме?». Иордания в воспоминаниях Геннадия Иозефовичуса и Павла Лунгина.

## 84 Лидеры

EL&T открывает новую рубрику, посвященную самым известным отельным сетям. О легендарном бренде The Ritz-Carlton рассказывает Елизавета Абашина.

## 88 Круиз

Как сделать летний отпуск незабываемым? Ответ: отправиться на Аляску на борту великолепной яхты Senses.

## 94 Топ-кадр

Ресторан Al Halabi в отеле Four Seasons в Дамаске — леген-

дарная восточная кухня с блестящим блеском в каждой детали.

## 96 Интервью

С директором пиар-агента SV-Group Светланой Шубиной побеседовал Игнат Сахаров. О пиаре, клиентах и ро-

## 100 Драгоценности

Грани красоты, неподвластной времени. Хрустальный бриллиантовый микс. Съемка Марка Коберта.

## 110 Стиль времени

Новый тренд — ювелирная архитектура. Бизнес или искусство великих? Исследование вателея EL&T Сергея Со-

## 112 Марка

Logo Piana: «Мы имеем дело с особыми материалами и создаем уникальный т-



116