







Em cima, Horological Machine (HM) "N°2", em cerâmica e ouro rosa, com edição limitada de 33 peças. Ao centro, "HM N°1", em ouro branco e prata. Em baixo, "HM N°3", em ouro branco e titânio, versão "Sidewinder", com os cones na vertical; há também a versão "Starcruiser", com os cones na horizontal.

**M**ax Büsser deu-se a um luxo a que poucos se podem dar. Criou a sua empresa de sonho, onde só tem amigos a trabalhar. Não amigos de infância ou de faculdade, mas pessoas a quem ele chama amigos porque têm os mesmos valores a mesma entrega e dedicação que ele e, tal como Büsser, são os melhores do mundo naquilo que fazem: relógios, perdão, Horological Machines. Filho de um diplomata suíço que conheceu a mãe, indiana, em Bombaim, Max Büsser estudou micro-engenharia e faz questão de sublinhar que vem de uma família simples, onde ninguém se torna gerente de uma empresa de luxo. À saída da faculdade foi contratado pela Jaeger Le-Coultre para criar novos produtos e ajudar a salvar a empresa. Büsser conta que foram sete anos incríveis: "Trabalhava das oito da manhã às oito da noite e depois o director executivo vinha buscar-nos para jantar e só falávamos de trabalho. Vivi dois anos assim, a jantar com a equipa todos os dias. Foi lá que aprendi o meu 'métier'", conclui. Um dia, Max recebe um telefonema de um 'head hunter' a convidá-lo para uma entrevista de emprego. "Por norma, dizia sempre que não a estas coisas, mas aquele caso intrigou-me, por ser um dos melhores 'head hunters' do mundo, e aceitei", afirma. A entrevista era para o lugar de director executivo da Harry Winston. Max Büsser conta que essas entrevistas foram atípicas. "Na maior parte das vezes era eu que fazia as perguntas". Resultou, ficou com o emprego. De início foi um pesadelo. "A Harry Winston estava sem dinheiro, os fornecedores e os clientes eram errados, não havia novos produtos na calha e eu não sabia como pagar os salários", recorda. Trabalhou como nunca e, passado um ano, a empresa saiu do buraco.

"Tinha um emprego de sonho, com poder e dinheiro, mas quanto mais a empresa crescia, menos me divertia", conta. Por essa altura, interessou-se por arte, começou a visitar galerias e "arrastava" consigo um amigo entendido na matéria. Max mostrava-lhe o que gostava e perguntava-lhe o que achava. Ele respondia sempre que não achava nada. "Aquilo parecia-me estranho e fui insistindo até que ele um dia me disse que nada do que lhe mostrei era arte, mas decoração de interiores: "esses tipos não são artistas, são 'marketeers', fazem o que sabem que vende. Um verdadeiro artista tem emoções que precisa de exprimir e não quer saber como é que o quadro vai ficar na tua sala". Foi então que percebi que, toda a minha vida, tinha sido um decorador de interiores", explica. Esse foi o ponto de viragem.

#### NÃO SÃO RELÓGIOS, SÃO MÁQUINAS

O plano começou a desenhar-se na sua cabeça: abrir a sua própria empresa, uma empresa pequena, para que todos se sentissem motivados, onde iria criar um produto em que acreditasse, sem se importar com o que os compradores pudessem pensar. Isso iria exigir uma dedicação e esforço imensos, e pensou: "se vou trabalhar tanto, quero fazê-lo com pessoas que admiro e que têm os mesmos valores que eu". Foi aí que começou a nascer a ideia dos "Friends". "Apaixonei-me pelo conceito e despedi-me. Dois meses depois estava fora do meu emprego. Saí dia 15 de Julho de 2005 e no dia 16 a Max Büsser & Friends (MB&F) estava criada". O início não foi fácil. Aplicou todo o dinheiro que tinha na empresa – 500 mil euros – que, mesmo assim, não chegava. Pediu um adiantamento aos retalhistas e conseguiu mais 500 mil euros. "Durante algum tempo

não tive salário, voltei a viver como um estudante". Desde então, a MB&F já lançou três Horological Machines, "HM N°1", "N°2" e "N°3". O objectivo é lançar uma por ano (a de 2009 será apresentada em breve). Max Büsser explica que o seu propósito não é criar relógios, mas peças que liguem escultura, mecânica e micro-engenharia que, por acaso, dizem as horas. A ideia para o nome surgiu um dia em que Max descobriu um perfume chamado "Préparation Parfumée". Simples e directo. Adorou e aplicou o conceito às suas máquinas. "Cada vez que nos juntamos para pensar e discutir ideias é um exercício de 'free thinking'. É a primeira vez que alguma destas pessoas tem oportunidade de ser criativa. As suas caras aparecem no site, podem mostrar ao mundo o que sabem fazer. Esse reconhecimento é impagável", explica Max. A inspiração para criar estas peças vem de imagens da infância. No "HM N°1", com dois mostradores, a ideia era ter dois mundos que se juntam: o Max Büsser e os seus amigos. O "HM N°2" foi inspirado no machado de batalha de uma figura da Manga japonesa e nos pratos que os equilibristas chineses fazem girar no cimo de varas. No "HM N°3", Max quis que fosse possível ver o movimento do relógio sem que fosse necessário tirá-lo do pulso e virá-lo; para a parte de trás, a inspiração veio dos pés das naves espaciais. Cada relógio tem uma duração de vida de três anos, depois deixam de ser fabricados. O mais caro, o "HM N°1", custa cerca de 150 mil euros. Max Büsser conseguiu uma coisa incrível. Hoje, não só tem colaboradores que partilham da filosofia que ele criou para a marca, como conseguiu apaixonar uma legião de clientes que se revêem na dedicação, inspiração e genialidade que ele põe em cada uma Horological Machines. 