

La crise pousse surtout à être plus proche de ses clients

Maximilian Büsser ne craint pas trop la crise. «Je suis heureux d'avoir une petite société et reste serein. Nous devrions produire 200 montres en 2009, pour 10 millions de francs, contre 120 et 6 millions cette année.» /frk

WWW.JOBWATCH.CH

LE PORTAIL HORLOGER DE L'É

UN RESEAU UNIQUE RESERVE
AUX PROFESSIONNELS DU MOND
DE L'HORLOGERIE-BIJOUTERIE

PUBLICITE



LABORATOIRE HORLOGER

Max Büsser a su s'entourer des meilleurs amis du monde

MB & F: derrière ce sigle étrange se cache un nouveau concept horloger, un projet au départ «complètement utopique», selon son créateur Maximilian Büsser, devenu réalité en trois ans. «Je suis époustoufflé», raconte cet entrepreneur atypique.

FRANÇOISE KUENZI

A peine de retour d'Asie, il doit filer en Italie: la trêve de l'Avent n'existe pas pour Maximilian Büsser, le créateur de MB & F, un concept horloger né en 2005 et qui réunit, outre son fondateur et un associé, une trentaine de partenaires et sous-traitants. Tous ont adhéré avec enthousiasme à ce projet «complètement utopique» au départ, selon les termes de Max Büsser (le MB de la marque), devenu pourtant réalité grâce à son vaste réseau d'amis (ses «friends», le F).

L'idée? «Durant ma carrière (réd: commencée chez Jaeger LeCoultre, puis chez Harry Winston comme directeur général), je n'avais fait que de la création pour les clients, dans une démarche dont le but était de vendre davantage. Je rêvais

les premières pièces ne seraient livrées que deux ans plus tard.»

La première Horological Machine (HM1 pour les intimes) est livrée en mai 2007, la deuxième en janvier 2008, et la fabrication de la HM3, qui a été présentée le mois dernier, va commencer l'an prochain. L'objectif est de réaliser une montre chaque année. «La numéro 4 est déjà très aboutie et nous travaillons déjà sur les numéros 6 et 7», confie Maximilian Büsser, aujourd'hui «époustoufflé» par le succès de son projet. A l'interne, il emploie six personnes, et s'entoure pour chaque modèle d'une trentaine de partenaires, sous-traitants et artisans, dont nombre de l'Arc jurassien (lire ci-dessous). «L'idée est de demeurer une petite structure, avec au maximum 250 à 300 pièces par année.» Le bénéfice doit juste servir à alimenter le budget recherche & développement, histoire de faire aboutir les nombreux projets actuellement dans les tiroirs. «Mais pas à rémunérer des actionnaires.»

C'est en Asie, aux Etats-Unis et en Russie que se vendent le mieux les machines de MB & F. «J'ai appris à connaître personnellement de nombreux clients qui



d'une liberté totale d'action, d'une démarche plus artisanale. Et j'avais envie de ne m'entourer que de gens que je respecte, admire et apprécie...»

En 2005, il lance donc MB & F, une sorte de laboratoire horloger. Avec, comme capital de départ, 700 000 francs. Pour lancer une marque horlogère, c'est dix fois moins que nécessaire. «Mais les détaillants ont aussi joué le jeu: six d'entre eux ont accepté dès le départ de commander des pièces et de payer d'avance un tiers de leur commande, sachant que

adhèrent ainsi à notre démarche. Il y a peut-être quelques acheteurs qui aiment juste le look bizarre, mais la plupart sont des connaisseurs et des clients de haute horlogerie qui s'aperçoivent qu'ils ont acheté 25 ou 50 fois à peu près la même montre, et qui ont envie d'expérimenter une autre horlogerie.»

Ca tombe bien: à 41 ans, Max Büsser a le défi dans la peau. Cet ingénieur en microtechnique de l'EPFL a fait du chemin. «MB & F est une décision de vie», conclut-il simplement. /FRK

«Il a réussi à me faire sourire»

Les amis de MB & F, ce ne sont pas juste des faire-valoir. Ils sont au cœur du projet: «C'est grâce à eux que les idées deviennent réalité», insiste Maximilian Büsser, qui met en valeur le travail de chacun. Pour son dernier modèle, la HM3 («Horological Machine»), comme

d'ailleurs pour les deux précédents, de nombreuses entreprises de l'Arc jurassien sont partie prenante.

Ainsi, les boîtes sont l'œuvre de G + F Châtelain, les cadrans de Natéber, la base du mouvement vient de Girard-Perregaux et les rouages d'APR Quality, ces quatre entreprises étant basées à La Chaux-de-Fonds. Enfin, les cônes saphir sont de Sebal, à Boécourt.

«Même si je n'accepte pas, d'ordinaire, de nouveaux clients, ce projet et cette aventure m'ont convaincu», note François Bernhard, le patron et directeur de Natéber, sur le site internet de MB & F. Même son de cloche chez Salvatore Ferrarotto, directeur d'APR Quality, séduit par «un concept très intéressant qui a réussi à me faire sourire».

Ami plus privilégié, puisqu'il est même associé et directeur technique de MB & F, Serge Krikhoff (ancien directeur général de G + F Châtelain, d'ailleurs) confie de son côté partager avec Max Büsser «les mêmes valeurs et le même besoin de relever de vrais défis à la fois humains et techniques».

Bref, du graphiste à l'horloger en passant par le designer ou le créateur du site web, tous disent avoir été convaincus par l'idée et sont même honorés d'avoir pu faire partie de l'équipe. /rkk



LE MOUVEMENT DE LA HM3 Présentée le mois dernier, elle sera livrée dès le printemps prochain. (SP)



LES AMIS Du patron de Natéber François Bernhard (deuxième depuis la gauche, tout en haut) au directeur technique de la même entreprise Denis Parel (tout en bas à droite), les sous-traitants et partenaires de Maximilian Büsser (tout en haut à gauche) constituent la force du concept MB & F.