



# ماكس بوسر

هو فنان أحب الدقة فتوجه إلى أجمل آلات قياسها. صحيح أنه لم يبتكر الساعة، ولكنه جعلها أجمل شكلاً وأقوى أداءً. ولد في جنيف، موطن صناعة الساعات الراقية، فنشأ على رؤيتها، وترعرع على حبها، فقرر أن يجعل اسمه على بعضها، وكان له ما أراد. BY HUSAM ABU JBARA

عملت سابقاً في دار "هاري وينستون". كيف كانت تجربتك وماذا استفدت منها؟ لدى "هاري وينستون" اكتشفت من أي معدن أنا مصنوع! أتعرف المثل القائل: "في المحن تظهر معادن الرجال"؟ يمكنني أن أقول إنني كبرت مع الشركة فأصبحت ما أنا عليه اليوم، ساعدتني كل التحديات التي خضناها وردود فعلي تجاهها في معرفة نفسي، وقيل ذلك، كنت دائماً أردد: "لو كنت المدير، لفعلت هذا أو ذاك!" لكنني كنت المدير لسبع سنوات، وكنت المسؤول الوحيد عن كل القرارات. وبما أنني قلت كل تلك الأمور، كان تحويل شركة صغيرة تضم سبعة موظفين إلى إحدى الماركات الأهم في صناعة الساعات الفاخرة مع 80 موظفاً، خلال ست سنوات، مبعث سعادة عارمة بالنسبة إلي. وسمح لي ذلك أيضاً بفهم ما يجعل نبضات قلبي تتسارع وما لا يجعلها كذلك. حاولت مع MB&F أن أنشئ شركة لا تعمل بقدراتي فحسب بل تسمح لي أن أكون محاطاً بمحترفين أجلبهم وأحترمهم.

كيف وقع اختياركم على اسم الماركة؟ اعتبرت أنه لأمر مهم أن يتضمن اسم الماركة الخاصة بي فكرة الفريق المؤلف من أفراد موهوبين يجعلون من هذا المشروع حقيقة، ومن هنا أتت تسمية "أصدقاء Friends". كان من المفترض أن نسمي الماركة B&F لكن المحامين اعتقدوا أنه سيصعب تسجيلها بسبب وجود ماركات كثيرة تحمل تلك الأحرف أو ما يقاربها في عالم المنتجات الفاخرة، لذا اعتمدنا تسمية MB&F أي «ماكسيميليان بوسر وأصدقاؤه».

أين يكمن سر تميز MB&F في الواقع، لا نعتبر أنفسنا ماركة بل علامة رائدة، لذا نرفض فكرة الحمض النووي الخاص بالماركة، ما يجعل

رغم أنه في أواخر الثلاثينات من العمر، إلا أن مكسيميليان بوسر Maximilian Busser - أو كما يناديه أصدقاؤه بـ "ماكس" Max - قضى 14 عاماً من عمره في العمل لدى اثنتين من أهم ماركات الساعات في العالم: "جيجر - لوكولتر" Jaeger-LeCoultre و "هاري وينستون" Harry Winston، ما أكسبه خبرة ومهارة كبيرتين دفعته إلى إنشاء علامة تجارية تحمل الحرفين الأوليين من اسمه ولقبه إضافة إلى الحرف الأول من كلمة "أصدقاء" Friends بالإنجليزية، تعبيراً منه عن اهتمامه بكل من يحب إبداعاته ويصبح بالتالي جزءاً من عائلة MB&F. حوار مع فنان مبدع، يضع الجودة في المقدمة ولا يرضى إلا بأقصى درجات التميز، متخذاً من موظفيه وشركائه وعملائه أساساً للتميز والنجاح.

درست هندسة التكنولوجيا الدقيقة.. هل هذا هو السبب الوحيد لعملك في مجال الساعات؟ بالتأكيد لا! في الواقع، قيل أن أبداً دراسي، كنت أنوي دخول مجال تصميم السيارات. وكانت التكنولوجيا الدقيقة الخطوة الأولى لما كان يفترض أن يكون المخطط الكبير! تأثرت في حياتي، ومع مرور الأعوام، بلقائي بعض الأشخاص المميزين، وبالتالي، نمت اهتمامي بصناعة الساعات الفاخرة خلال فترة دراستي لاسيما خلال مشروع أجرينته والتقيت خلاله بمدراء تنفيذيين لعدد من ماركات الساعات الرائدة. كان أحدهم هنري جون بيلمونت، رئيس "جيجر - لوكولتر". وبعد عام واحد، وفيما كنت أجري المقابلات للحصول على وظيفة في عدد من الشركات العالمية، صادفته وعائلته في "فيريبيه" على شرفة مطعم وسط منحدرات التزلج. وتناولنا القهوة وتمدثنا عن الساعات، وبعد أسبوع، قَدِمَ لي وظيفة لم أستطع رفضها!

حرفيين متخصصين في صناعة منتجات أخرى ومهتمين بالتعاون معنا. سيكون الأمر رائعاً. فالخياط الإيطالي «إيترو» مثلاً، صنع حقيبة فريدة، جلدية وقطنية، لحمل علب التقديم الخاصة بساعة Horological Machine No1. ولم تكن عائلة «إيترو» قد صنعت أي شيء لشركة أخرى سابقاً لكنها تحمست لمشروعنا وبدأنا به.

انطلاقاً من خبرتك، هل تعتقد أن أذواق الرجال تتبدل؟ يعتمد ذلك على عوامل عديدة، فإن قصد شخص غير خبير بالساعات تاجر ساعات جيد، سيتساءل عن السبب وراء عرض القطعة نفسها 500 أو 1000 مرة في الواجهة؟ لم تشهد صناعتنا أي تقدم ملحوظ خلال مائة عام (خاصة في مجال الساعات الرجالية). لذا لا عجب من أن يبدو الرجال وكأنهم يحملون الساعة نفسها منذ الأزل.

يميل بعض الرجال إلى تنسيق لون الساعة مع لون الملابس فهل تقدّمون ساعات بألوان متعددة الألوان؟ تأتي ساعة Horological Machine No1 مع حزامين مختلفين من جلد التمساح مخاطين يدوياً (أحدهما أسود والآخر بني) وكل واحد منهما مزود بمشبك ذهبي بالإضافة إلى مفك براغي مصنع خصيصاً لضمان عدم إتلاف البراغي الذهبية عند الرغبة في تبديل الحزام.

نظراً إلى أن تصنيع الساعات يتطلب الكثير من الإبداع، هل تعتقدون أن الآلات ستنافس يوماً للأيدي البشرية؟ في يومنا هذا، تعتمد الآلات التي يتم التحكم بها رقمياً عبر الكمبيوتر في 95% من عملية التصنيع. ولا يستطيع الإنسان الوصول إلى قدرة الآلة، لكن الفرق ما بين الساعات التجارية والساعات الفاخرة هي اللسة النهائية البشرية التي يستحيل على أي آلة إنجازها. أعتقد أنه من الرائع أن نستعين بالآلات لتحسين فعاليتنا لكن عقل الإنسان ويده وحدهما يضيفان الروح إلى المنتج الميكانيكي.

وهل تعلمون أي عملية آلية في مشالكم؟ تصنع كل الأجزاء الميكانيكية بواسطة آلات في غاية الدقة، أما جمع الأجزاء وضبطها وإنهاؤها فهي من مهام أكثر الحرفيين مهارة. ويتطلب صنع 4 أسطوانات لولبية لساعة واحدة شهراً كاملاً. أما مهمة الساعاتيين الكبار فلا تقتصر على المهارة بل على الذكاء أيضاً لأنهم يحتاجون إلى فهم تأثير كل من القطع الـ 370 - التي تتكون منها الساعة - على بعضها البعض في حال لم يتم تركيب إحداها أو ضبطها بالشكل المناسب.

ما هو همكم الأساسي: المنافسة أم رضی العملاء؟ رضی العملاء. اندهشت لعدد العملاء الثلاثين الأوائل الذين اتصلوا بي شخصياً ليشاركوني شغفهم، وقد دعاني الكثير منهم إلى منزله لتناول الغداء أو العشاء. إن حرف "إف" في MB&F يعني بالإنجليزية "الأصدقاء"، وهذه الكلمة تشكل الحرفيين والشركاء التجار والعملاء أيضاً. إننا نشكل مجتمعاً يجمعه الفكر والحماس.

أين ترى دبي على خريطة المنتجات الفاخرة؟ لقد تطورت دبي بسرعة لتصبح أحد أهم مرافق الفخامة في العالم. إنها سوق مهمة بسبب تنوع المشترين فيها، فهم ليسوا فقط من المقيمين في الإمارات، وإنما من بلدان الخليج العربي، وكافة بلدان العالم تقوم بالتسوق في دبي!

كل منتج ينتمي إلى عائلة ما. إن MB&F قوة إبداعية صرفة تنفجر عبر سلسلة من الإبداعات الرائدة في العالم والتي تختلف كل منها عن سابقتها ولاحقتها. كما أن MB&F عبارة عن مختبر حر يجمع كل عام أفضل المصممين والفنيين وصانعي الساعات ليبتكروا آلة ثلاثية الأبعاد تقارب المنحوتة الناشطة أكثر منها الساعة. ويتم مكافأة كل فردٍ على عمله، وإن تصفحت موقعنا الإلكتروني على شبكة الإنترنت، ستلاحظ أن كل من عمل على المشروع يملك صفحته الإلكترونية الخاصة التي تتضمن كل المعلومات المتعلقة به، لاسيما مؤهلاته والأسباب التي جعلته ينضم إلينا.

تركزون كثيراً على الشكل الخارجي للساعة.. هل يرجع ذلك إلى اعتقادكم بأن الرجال يغالون الشكل على المضمون؟ إن الفكرة في MB&F هي أن الحركات الميكانيكية الرائدة عالمياً، مصممة بتأنٍ تاماً كما المفهوم الخارجي. كما أن قسيمي الساعة عبارة عن عمل فني حركي، وبالتالي لا يستطيع تحويل أفكارنا إلى ساعات حقيقية سوى القلة النادرة من الحرفيين. وبناءً على ذلك، أعترف أن توجهاتنا لا تستهدف العميل بالكامل لأننا قررنا أن نبتكر ما نرغب في حمله شخصياً. وبما أن ساعاتنا تُصنع بأعدادٍ قليلة جداً، يبدو أننا أصبحنا من هواة جمع الساعات ونحن نستجيب بشدة لإبداعاتنا.

بشكل عام، ما هي أنواع وأشكال الساعات المفضلة لدى الرجال؟ من أروع ما في القرن الحادي والعشرون أن ما من نزعة محددة تعلي على الرجال والنساء ما يجب أن يرتدوه ويحملوه. إننا نعيش في مجتمع قبلي حيث تعتمد كل قبيلة نوقها الخاص. فمغنو الراب في لوس أنجلوس يرغبون بطقم ساعات "جاكوب أند كو" المرصع بالأماس، أما المصرفيون السويسريون فيريدون ساعات "باتيك قليب" الرقيقة للغاية! وفي اعتقادي، إن المهم هو أن يعرف الرجل نفسه وما يناسبه بدلاً من أن يحاول إتباع آخر صيحات الموضة بحذافيرها.

هل تفكر في اعتماد أي من المشاهير أو النجوم كسفراء لماركتكم؟ قطعاً لا. لدى MB&F، النجوم الوحيدون هم الساعات والحرفيون الذين يصنعونها! إن حكاية المشاهير تلك سخيفة، فهم مجرد لوحات إعلانية مدفوعة، كيف سيصدق المرء أمراً تقاضى الشخص أجراً ليقوله؟!

كيف تتوقعون الإقبال على موديلاتكم في دول الخليج العربي؟ تضم بلدان الخليج العربي عدداً من جامعي الساعات الأكثر شغفاً في العالم، ويعكس العديد من البلدان الأخرى، لا يعوقهم وزر التقاليد، ما يجعلها أرضاً خصبة لإبداعاتٍ غريبة كإبداعاتنا.

ساعاتكم هل تجذب النساء أيضاً أم إنها موجهة للرجال فقط؟ إننا لا نهدف إلى جذب أحدهما أو الآخر. ففي الأساس، كان شركائنا التجار مقتنعين أن ساعة HMI مثلاً، لن تباع سوى للرجال لكنني أعرف أن ثلاث قطع (من أصل أول 30) قد بيعت لنساء أو تحملها نساء اليوم.

هل تخططون لإطلاق منتجات أخرى إلى جانب الساعات؟ ليس على الصعيد التجاري. إن استطعنا الاتفاق مع



