Я РЕШИЛ, ПУСТЬ БУДУТ БРИЛЛИАНТЫ

МАКСИМИЛИАН БЮССЕР, MB&F

MB&F

__**MB&F** Legacy Machine FlyingT с бриллиантовым циферблатом

Создатель молодой марки MB&F Максимилиан Бюссер готовит новинки и к Базельской ярмарке, и к Женевскому салону. На сей раз он впервые выступил с женской моделью — LM FlyingT, украшенной бриллиантами.

— Вы же никогда не делали женские часы. Да и вообще не заставляли нас думать, кто может носить ваши замечательные «машины времени». Почему вдруг?

— В моей жизни четыре женщины: мама, жена и дочери. Я решил, что пора мне что-то сделать для них. Думаете, это просто? Я совсем потерял навык создавать часы для кого-то другого. Я все время делал их для себя. И когда людям это не нравилось, не роптал: не нравится им, так хотя бы нравится мне. Но делать специально для кого-то! Вдруг ему не понравится — это провал. Все кончилось хорошо: увидев посвященные ей часы, жена растрогалась, мне было приятно. Жаль, что мама их уже не увидела.

— Вы создали для LM FlyingT совершенно новый механизм?

— У нас были похожие часы с центральным «летящим» турбийоном — HM7 Aquapod. Здесь я решил спрятать под циферблат мосты, хотелось, чтобы движение было более легким, элегантным, по-настоящему воздушным. Циферблат укрыт сферой-куполом, под которым бьется сердце турбийона. В этом был для меня отчасти и образ материнства.

— Думаете, что без бриллиантов не бывает женских часов?

— Все на меня набросились с этим: ты сексист, ты думаешь что женщинам только бриллианты подавай. Но моя жена, кстати, не любит бриллианты. Мои продавцы были против, они хотели, чтобы часы были унисекс, так легче продавать. Но я не мог пойти им навстречу. Это были мои первые женские часы, месседж должен быть ясен. Я решил, пусть будут бриллианты.

— Вы теперь официальный участник и Женевского салона, и Базельской ярмарки. С часовых выставок многие бегут. Не собираетесь последовать их примеру? Что вам вообще может дать Базель?

— Мне он нужен, потому что я стал ленив. Цена стенда на шесть дней здесь — 250 тыс. франков. Я бы мог на эти деньги ездить по миру десять месяцев нонстоп, посещая клиентов, ритейлеров... Но я хочу видеть свою жену и своих детей. Поэтому я решил потратить эти деньги, чтобы остаться дома. В новом Базеле неплохо, Swatch Group уехала, освободились места. У нас прекрасная позиция на отличном месте, прямо у входа — в общем, спасибо мистеру Хайеку.

— А когда Базель и Женева будут в одно и то же время?

— Придется выбирать. Я еще не решил, будем ли мы в Базеле или в Женеве.

— В производстве вы все больше опираетесь на собственные силы?

— Мы сами создаем все прототипы и 15–20% механизмов, мы также начали делать наши собственные корпуса. Мы бы и рады этого не делать. Но когда в Китае стали меньше покупать часы, все большие группы подрезали заказы поставщикам. С ними обращаются по-свински. Когда они нужны, их нагружают работой, когда работы нет, их выбрасывают в помойку. Многие из тех, с кем мы сотрудничали, имеют крупные финансовые проблемы, а некоторые даже разорились. Мы поняли, что надо надеяться на себя.

— Что вам помогает быть независимым?

— Да ничего не помогает! Все только мешает. Сложно делать что-то без внешней помощи. У нас нулевой бюджет на рекламу, но, к счастью, у нас есть интернет. У нас есть галереи — например, в Дубае, мы продали семь часов людям, которые просто зашли в нашу галерею. Мы никогда с ними не встречались. Двое из Китая, трое из Индии, один африканец и один европеец. Они все уже знали о нас, я спросил, откуда. Из интернета, конечно!

— Вы готовы продавать свои часы в интернете?

— Еще бы! Я продал три пары женских часов в тот же день, когда мы их запустили. Кто-то их увидел в сети... Письмо по почте, сообщение в WhatsApp, мы дали банковские реквизиты — и вот, пожалуйста. Мне странно, что большинство марок не готовы продавать в интернете. Но мы в 2019 году! Интернет это весь мир, и продавать там — лучшее, что можно сделать.

— Как вы смотрите на будущее часовой индустрии, часового искусства?

— Могу судить о нем по тенденциям настоящего. Похоже, это будет чистая индустрия статуса, когда люди будут покупать часы больших марок ради престижа, показухи, а не потому, что понимают, как они работают. А рядом будут маленькие и независимые компании, работающие с прекрасными клиентами, теми, которым наплевать на бренд. Когда они носят наши часы, им говорят: «Да что это у тебя на руке? У тебя крыша поехала? Какой ужас!» Но они будут нас носить, потому что не боятся критики и знают, в чем смысл таких часов. Тут создается намного более душевная и артистическая связь между клиентами и часовщиками. Наши клиенты — наши друзья, наша надежда, наши меценаты. Они знают, как много они для нас значат. Я не удивляюсь тем, кто покупает Patek Philippe, у них выдающиеся часы, отличный продукт, но Patek Philippe в принципе все равно — купили вы у них что-то или нет.

Беседовали Алексей Тарханов и Урс Дюмаре

АЛЕКСЕЙ ТАРХАНОВ

я совсем потерял навык создавать часы для кого-то другого. я все время делал их для себя. и когда людям это не нравилось, не роптал: не нравится им, так хотя бы нравится мне