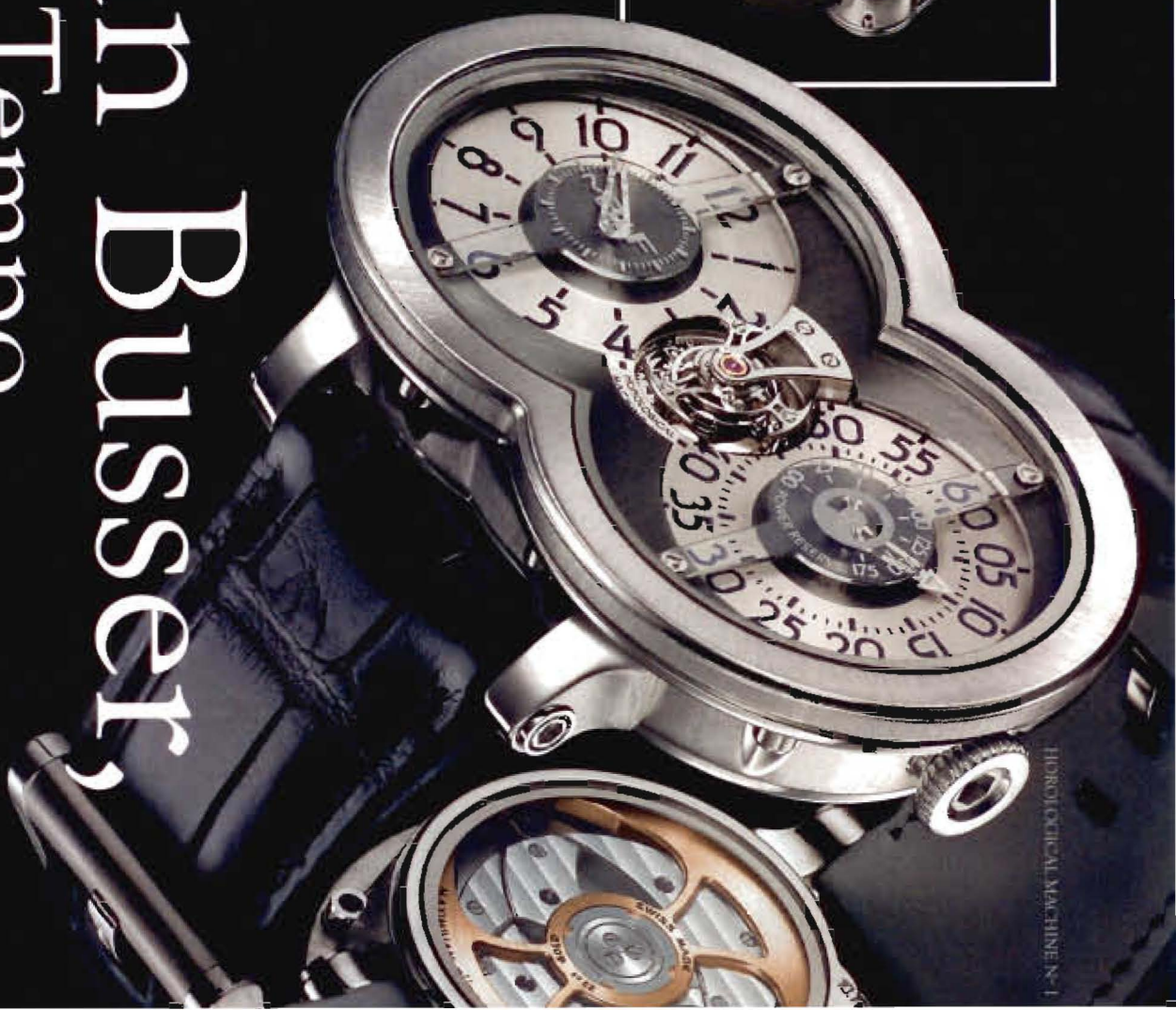




HOROLOGICAL MACHINE N° 2



HOROLOGICAL MACHINE N° 1



HOROLOGICAL MACHINE N° 1

Maximilian Busser, reinventor do Tempo

U

Foi há apenas dois anos que os relógios MB&F surgiram no mercado. Menos de 200 unidades depois, a relojoaria mundial nunca mais foi a mesma. Maximilian Busser junta grupos de amigos para fabricar um relógio - arquitetos,

que sabia serem os melhores, os pontos de venda mais exclusivos. Mas a partir do momento em que os relógios chegaram ao mercado, passei a ser contratado por e-mail por clientes fiéis, que tinham comprado uma peça MB&F e que me davam conta da sua satisfação e da sua curiosidade em me conhecer pessoalmente. "Da próxima vez que vier a Los Angeles, venha



U Foi há apenas dois anos que os relógios MB&SF surgiram no mercado. Menos de 200 unidades depois, a relojoaria mundial nunca mais foi a mesma. Maximilian Büsser junta grupos de amigos para fabricar um relógio – arquitectos,

designers, relojoeiros, outros criadores e artistas. A marca entra agora no mercado português. Em Lisboa, Cronos – Pílaris do Tempo recolheu algumas impressões de Maximilian Büsser sobre o momento actual, a MB&SF e o futuro:

“Nos dois últimos anos, viveram-se tempos de decadência relojeira, de império romano no seu final, fazíase de tudo, sem se saber bem o quê – quanto mais caro, mais se vendia, a qualidade não tinha qualquer importância.

A sociedade foi fundada em Julho de 2005 e em Maio de 2007 entregámos o primeiro HM1, para um total de 30 peças. Em 2008 entregámos 35 HM1 e 90 HM2. Este ano vamos produzir aproximadamente 150 peças, entre estes dois modelos e o HM3. A nossa filosofia é produzir claramente menos do que o mercado procura. Só quero assegurar a continuidade da empresa, não há a pressão do lucro.

A MB&SF não existe para revolucionar a relojoaria, para a melhorar tecnicamente. Há 200 anos, quando um mestre relojoeiro cortava ele próprio o metal, o alisava e fazia à mão peças que depois iam fazer parte de um “repetição minutos”, isso era difícil. Hoje, com um computador, fiz-se em dez minutos aquilo que se fazia num mês. Para mim, o objectivo é recriar a Arte Relojoeira, utilizando as máquinas a três dimensões. Não temos escapres revolucionários nem novos materiais compostos. Temos arquitectura e arte.

Quando conectei a MB&SF não conhecia nenhum cliente, apenas conhecia todos os artesãos

que sabia serem os melhores, os pontos de venda mais exclusivos. Mas a partir do momento em que os relógios chegaram ao mercado, passei a ser contactado por email por clientes finais, que tinham comprado uma peça MB&SF e que me davam conta da sua satisfação e da sua curiosidade em me conhecer pessoalmente. “Da próxima vez que vier a Los Angeles, venha almoçar a nossa casa”, “da próxima vez que vier a Hong Kong, vamos jantar”, mensagens deste tipo.

São sobretudo clientes que não compram para dizer que têm dinheiro. Em inglês diríamos que “they don’t buy to be long, they buy to be” (não compram para pertencer, compram para ser). São pessoas que criaram empatia com a criação que está por detrás do relógio, como quem vai a uma exposição de pintura de um artista contemporâneo por quem se está apaixonado – compre-se sempre um quadro. Os meus clientes são muito fiéis – praticamente todos os que compraram o HM1 também adquiriram o HM2 e encomendaram o HM3.

Não se trata de um relógio para ter guardado em casa. É um objecto para usar. À primeira vista parecem ser relógios grandes, mas são muito ergonómicos no pulso. O meu principal mercado é a Ásia, onde os pulsos são pequenos, e isso não tem sido obstáculo.

O meu produto não é apenas Design. Posso defini-lo como arte relojoeira arquitectural. Quando antes havia complicações como o cronógrafo, o turbilhão, o calendário perpétuo, com a MB&SF o câmbre no seu todo passou a ser uma complicação, com a sua complexidade e beleza a três dimensões.

Estamos confortáveis em relação a esta crise. Somos uma organização pequena e facilmente adaptável. Depois, há cada vez mais pontos de venda que estão interessados nos nossos relógios. Dizem-nos que não conseguem vender mais modelos novos só porque mudou a cor do mostrador, ou mesmo porque se trata de um Calendário Perpétuo ou de um Minutos Retrógrados, pois os seus clientes já os têm todos. “Preciso de um relógio que, quando o mostro, o cliente sorri e se espanta. Uau!!!”. Nestes tempos de crise é disso que os retalhistas precisam. Pois os MB&SF provocam essa reacção.”

Para saber mais: www.mbandf.com ■