

## MB&F, UN PARI SUR L'UTOPIE

On ne présente plus Maximilian Büsser, l'ex-PDG de Harry Winston Timepieces. Parti voler de ses propres ailes avec un réseau d'amis et de professionnels reconnus, il proposera des produits de haute horlogerie artisanale

Par Flavia Giovannelli

Plus qu'une marque, MB&F est un concept, ou plutôt un label. Car son créateur, Maximilian Büsser a un projet précis en tête, celui de faire exactement ce qui lui plaît en matière de haute horlogerie et d'audace, sans tenir compte d'éventuelles racines ni de ces histoires d'ADN qui ont beaucoup cours dans le milieu. «Je veux m'offrir ce luxe de ne faire que ce que j'aime, avec les gens que j'aime», résume le charisma-



*Horological machine N°1, la première pièce de MB&F ne ressemble à rien qui se soit déjà vu ailleurs.*

tique entrepreneur, qui part avec l'assurance de celui qui a fait ses preuves mais aussi l'angoisse inévitable de toute aventure indépendante.

Après des débuts précoces chez Jaeger-LeCoultre, comme responsable marketing produit, Maximilian Büsser a vite été repéré par un chasseur de tête, qui l'a propulsé à la tête de Harry Winston Timepieces (HWT) à 31 ans. But de l'opération, faire de la célèbre maison joaillière de New York un acteur reconnu dans le domaine de la haute horlogerie. On

connaît la suite. Ne comptant qu'une poignée d'employés à Genève, la compagnie HWT a ensuite connu une croissance spectaculaire et une crédibilité certaine. Celle-ci est due en bonne partie à la collection Opus, lancée par Maximilian Büsser, qui donnait carte blanche à des horlogers indépendants hors du commun, comme Vianney Halter ou Félix Baumgartner.

Au sommet de sa carrière à moins de 40 ans, Maximilian Büsser a alors eu envie de retrouver l'esprit des débuts de HWT: c'est ainsi qu'il a mûri la fondation de MB&F depuis 2002, avec la vocation de proposer des produits tout à fait étonnants, dans un esprit d'artisanat. «Je vais lancer un nouveau produit chaque année, avec une durée de vie de trois ans. Autrement dit, de l'exclusif, du technique et de l'esthétique.»

La première création qu'il arbore fièrement au poignet, Horological machine N°1, laisse d'ailleurs bouche bée, avec ses deux cadrans séparés visuellement par un tourbillon central. Elle présente en outre plusieurs premières mondiales, comme on pouvait s'y attendre au vu des goûts de Maximilian Büsser. Son mouvement asymétrique fonctionne grâce à quatre barillets à couple bas qui se remontent en parallèle ou en série. Ainsi, l'organe réglant reçoit de l'énergie des deux côtés. Massive et en or rose, la pièce sera vendue à 160 000 francs, une somme tout à fait raisonnable pour ce type de produits, destinés à une clientèle très exclusive. Il faut encore relever que

même le «business modèle» de MB&F est tout aussi particulier. Faute de posséder la mise de fonds nécessaire de 1,5 million de francs, Maximilian Büsser avoue y avoir déjà mis toutes ses économies glanées chez HWT et avoir ensuite procédé à une tournée de détaillants sélectionnées sur le volet, dans le monde entier. Au final, six d'entre eux, à Paris, Los Angeles, Dubaï, Singapour et Tokyo, ont accepté de lui faire confiance, en préachant la pièce, sans savoir quand ils seraient livrés! Une preuve de plus, s'il en fallait, de la réputation de l'entrepreneur, qui s'entoure du maître-horloger Peter Speake-Marin et de Laurent Besse, un jeune ingénieur et concepteur dont on devrait beaucoup entendre parler. Voilà la force de frappe d'une équipe qui ne dépassera pas dix collaborateurs! ■

*Maximilian Büsser a choisi d'appeler sa société MB&F comme Friends, rendant hommage à tous ceux qui lui font confiance, soit les membres de son équipe et le réseau de détaillants sans lesquels il n'aurait pas pu se lancer.*

