



Chacune de leurs soirées est un événement qu'on attend, dont on parle des semaines à l'avance, les places s'arrachent, le bouche-à-oreille bat son plein, et, à chaque fois, le succès est au rendez-vous, immanquablement.

@bsolute's events are talked about for weeks in advance. Fans save the diary dates in letters of gold; news spreads fast by word of mouth, and from PC to SMS, tickets are snapped up, and the result is always a fabulous night to remember.

Le 28 avril dernier, la soirée « Pirates des Caraïbes » n'a pas fait exception à la règle. Quelque 820 participants se sont déchaînés dans un décor et une ambiance délirants au cours d'une très longue nuit, dont la presse quotidienne s'est largement fait l'écho.

-/ 28 April 2007 was no exception, with some 820 revellers gathering for a Pirates of the Caribbean party, decked out in superb swash-buckling style for a long night's voyage into the dawn, in a wildly atmospheric setting, extensively reported in Geneva's daily press.

En passe de devenir le plus célèbre label genevois de soirées privées à thème pour une clientèle branchée âgée de 25 ans et plus, répartie sur toute la Suisse romande, l'association @bsolute, est lancée en 2001 par deux amis, Denis et Sandro, qui souhaitaient recréer l'ambiance de leurs soirées d'étudiants ; le concept s'est rapidement développé grâce à leur créativité, leur dynamisme, et l'arrivée d'un troisième organisateur, Mirko, également assoiffé d'ambiance festive « où le seul snobisme est d'avoir des ami(es) et des relations qui aiment faire la fête après le stress du travail et des voyages d'affaires... »

Friends Denis and Sandro founded @bsolute – Geneva's celebrated party organiser, specialising in themed private parties for a hip, 25-plus clientele throughout French-speaking Switzerland – back in 2001, with the aim of recreating the kind of events they had enjoyed as students. The concept quickly developed thanks to their extensive contacts, their creative dynamic approach, and the arrival of a third organiser, Mirko – a fellow hedonist eager to create the kind of festive atmosphere where 'the only requirement is a set of friends and acquaintances who love partying, know how to do it in style, and want to shake off the stress of the working day and business travel.'

Ces trois locomotives des nuits genevoises, actifs au quotidien dans les métiers de la gestion de fortune pour deux d'entre eux, de profession libérale pour le troisième, ont déjà inscrit dans leur carnet de bal une quinzaine de soirées à thème ayant réuni de 400 à 1'200 privilégié(es) chacune, avec, à chaque fois, un sens du détail, une méticulosité dans l'organisation qui font la différence.

The three dynamos of Geneva's after-hours party scene – with serious day jobs in wealth management and the liberal professions – have already marked their cards with some 15 themed nights, each attracting between 400 and 1200 invited guests, and all organised with the meticulous attention to detail we expect from top professionals in the business, not least a distinctive emphasis on the personal hospitality and welcome extended to each and every party-goer.



Notable highlights include @bsolute's bash in honour of the kitsch French cult comedy *Les Bronzés font du Ski*, in October 2005, for which the Praille Event Centre was transformed into a replica ski station, or the Casino Royale party of November 2006, for which Europe's newest and biggest recording studio, at Gland, became a festive, glamorous Casino.

The trio aims to use their extensive personal networks to organise two

or three major events per year, attracting sophisticated young professionals from throughout the Geneva region and offering 'an exceptional atmosphere at a reasonable price'.

As Sandro explains: 'We specialise in transforming the venues where @bsolute events take place, depending on the theme, drawing on the skills of a regular team of decorators. We want to surprise our guests, most of whom are people in their thirties with busy social lives and family commitments. They don't need just another run-of-the-mill club night. When they book a night out with us, they want something fun and friendly, but not over-familiar, glamorous but not over-done, wild but classy. Something unexpected! And we absolutely refuse to disappoint.'

Mirko adds: 'We try to guarantee our guests enjoy a quality, upscale atmosphere, with prestigious products which we negotiate directly with the distributors. The result is a memorable, made-to-measure evening at an unbeatable price. It's extremely important for us that our friends and guests know it's possible to have a great, wild time out in Geneva without spending a fortune.'

'The success of the Bronzés evening has attracted more sponsors,' says Denis. 'We're delighted that our "hobby" has attracted such enthusiastic endorsement – particularly given that it takes up all of our free time, and that each new creation involves not only a degree of financial risk on our part, but also the trust of hundreds of people who book their evening, and pay up front. That's absolutely priceless.'

All three organisers agree that the biggest kick of all comes when, after three months of tireless planning and preparations, the announcement of their next '@bsolute night' sets the e-ther buzzing, with visits to www.absolute-vip.com going sky-high – setting the seal on an adventure that gives the lie to Geneva's popular image as a staid, diplomatic city where nothing much happens after dark. @bsolutely...

On se souvient en effet notamment des soirées « Les Bronzés » en octobre 2005, où tout Genève s'était bousculé dans un centre de la Praille électrisé, métamorphosé pour l'occasion, ou Casino Royale en novembre 2006, organisée dans le flambant neuf et plus grand studio d'enregistrement d'Europe, à Gland.

Sandro : « Le propre des soirées @bsolute est de se dérouler, autant que faire se peut, dans des lieux originaux et nouveaux ; nous mettons un point d'honneur à transformer ces endroits, à les transfigurer en rapport avec les différents thèmes des soirées, par des décorateurs et autres prestataires amis du label. Nous ne voulons pas que les participants aient l'impression d'assister à une simple soirée de plus, mais au contraire soient surpris à chaque fois. Il faut dire que la majorité de celles et ceux qui fréquentent nos soirées sont trentenaires, ont souvent des jeunes enfants et ont dès lors peu d'occasions de sortir. On ne peut se permettre de les décevoir ! »

Denis : « Nous prenons souvent pour thème le film le plus « trendy » du moment, mais n'avons pas de rapport juridique ou de toute autre nature avec les studios de cinéma ou les distributeurs », pas davantage qu'avec la marque d'alcool homonyme. Le succès du label tient à la qualité du réseau qui repose sur un mailing d'environ 2500 personnes (établies en majorité en Suisse romande). La communication repose essentiellement sur la transmission d'informations par e-mail et par le « buzz » créé à chaque annonce d'une nouvelle soirée. Depuis la soirée Casino Royale, nous avons des sponsors, mais uniquement à titre sporadique, et leurs apports nous permettent seulement d'imprimer les flyers ; il arrive aussi que certaines prestations nous soient offertes. Nous ne gagnons pas d'argent avec ces soirées, nous essayons seulement de ne pas en perdre, ce qui n'est pas toujours le cas ! Mirko, Sandro et moi payons les prestataires de services de nos propres deniers, à nos propres risques ».

Et force est de constater que les prestations offertes par @bsolute le sont à un tarif défiant toute concurrence. Mirko : « Pour un forfait de généralement fr. 50.-, nous offrons aux participants la présence de 3 DJs, un décor créé sur mesure, de la vodka et des soft drinks à volonté, ainsi qu'un système de navettes gratuites, pour inciter les gens à ne pas prendre le volant s'ils envisagent de boire. Avec le temps, nous avons gagné la confiance du public, qui désormais achète les bracelets (qui font office de ticket d'entrée et sont devenus emblématiques des soirées @bsolute, NDLR) avant même de connaître le thème ou le lieu de la soirée. Nous ne pouvons pratiquer ces prix qu'en étant maîtres du bar, ce qui ne serait pas le cas si nous organisions des soirées dans les night-clubs. »

Chaque soirée représente quelque trois mois de travail acharné pour chacun de nos trois agitateurs, Sandro ayant en charge les aspects administratifs, Denis la logistique, et Mirko le côté créatif.

« Nous voulons faire mentir le leitmotiv, devenu une sorte de résignation générale, selon lequel il ne se passe rien à Genève ! »

Pari @bsolument gagné !