



Les neuf vies d'Alexander Dresen

Quatre ans à peine après sa constitution, la sprl After The Hype a été déclarée en faillite le 30 mars dernier. After The Hype était l'entreprise derrière une série de sites de communautés, networking, dating websites et une revue. Pour l'entrepreneur et pionnier de l'Internet Alexander Dresen, cette faillite est la troisième depuis 2001. Moins de deux semaines après qu'After The Hype ait mis la clé sous le paillason, come back kid Dresen créait néanmoins une nouvelle société: LNM Media. Celle-ci est parvenue à reprendre le fonds de commerce de la société After The Hype en faillite. Historique d'une banqueroute étonnante.

Hormis After The Hype, le serial-entrepreneur Alexander Dresen (35 ans) a encore deux autres faillites à son compte: Netconsult sa (déclarée en fait deux fois en faillite, la première ayant été annulée) et Urban X Development sprl.

After The Hype a été assignée en faillite par l'ONSS. La première assignation de l'ONSS date toutefois déjà du 20 septembre 2004. En tout, il y a eu pas moins de onze assignations, la dernière ayant eu lieu le 19 mars. Selon diverses sources, Dresen n'était pas au courant de cette dernière assignation parce qu'elle avait été notifiée à l'adresse que la société avait déjà quittée officiellement depuis deux mois (bien plus longtemps, en réalité). De même son conseiller juridique et comptable, qui avait négocié un plan d'apurement avec la TVA et l'ONSS (voir plus loin), n'était pas présent à la séance du tribunal de commerce.

Le fait que l'on soit arrivé à un jugement de faillite sur assignation est étonnant car il existait un accord entre l'ONSS et After The Hype en ce qui concerne la régularisation et le paiement des arriérés. Un accord de ce genre avait également été pris avec l'administration de la TVA. Ces accords avaient été négociés par le comptable de l'entreprise. On ignore où et pourquoi cela a mal tourné. Est-ce sur le plan de la communication entre le tribunal de commerce et l'ONSS qui avait assigné After The Hype en faillite? Ou entre l'entreprise et son comptable? Ce

dernier, tout comme Dresen, n'était pas présent à la séance, bien que ce soit généralement le cas lors d'un accord. Il se peut que le tribunal ait décidé sur base des données qui avaient été mises à sa disposition par la 'chambre d'enquête commerciale' pour prononcer tout de même la faillite, malgré les accords avec l'ONSS et la TVA. Le fait que la partie assignée ne s'est pas présentée y aura certainement contribué. La 'chambre d'enquête commerciale' (l'ancienne chambre de dépistage) du tribunal de commerce suit de manière préventive la situation d'un débiteur en difficultés et peut officiellement examiner s'il satisfait aux conditions d'un accord.

D'après le curateur Leaerts, la dette ONSS d'After The Hype s'élève à 100.000 euros. A cela s'ajoute encore une dette à la TVA de 50.000 euros. Le total du passif de l'entreprise et donc le total des créances possibles est cependant (beaucoup?) plus élevé. Paratel est l'un de ces autres créanciers. Paratel, une filiale à 100% de VMMA (la société mère derrière VTM, JIM tv, la station de radio Q-music, etc.), est active dans le domaine des services média interactifs comme les services SMS et IVR (les lignes 0900, 070 et 0800). After The Hype était l'un des principaux clients de Paratel. Les utilisateurs des sites de rendez-vous et de communautés d'After The Hype devaient et doivent activer leur profil via SMS ou carte de crédit. Les sites envoyaient eux aussi des SMS aux membres/utilisateurs. Lors de l'enregistrement, ceux-ci donnent leur autorisation à cet effet. Il est de notoriété publi-

que (de nombreuses personnes s'en sont en effet plaintes sur divers forums Internet et autres blogs) qu'After De Hype poussait un peu le bouchon au niveau des envois de SMS. Même des membres/utilisateurs désinscrits continuaient à en recevoir et ils avaient le plus grand mal à arrêter le flux de SMS (mais aussi d'e-mails) d'After The Hype et de ses sites de rendez-vous.

Dans un article de Trends de 2002, Alexander Dresen avait répondu à la question (du journaliste) sur le fait qu'il ne déposait pas les comptes de ses entreprises – ou qu'il le faisait beaucoup trop tard – en faisant remarquer qu'il détestait tout ce qui était administratif et qu'il était par conséquent assez négligent à ce niveau. Aujourd'hui, cette explication n'est plus crédible. Le non-dépôt (comme dans le cas de la sprl Vivalco, sa société de management dormante qui avait été créée à l'époque de ROIcast – encore une société que Dresen avait constituée et qui, via Big Bang Ventures, est arrivée aux mains de l'américain SteelTorch) ou le dépôt très tardif des comptes de certaines de ses entreprises s'est produit de manière trop fréquente après 2002. Alors qu'After de Hype, entre sa création (en 2003) et sa faillite, aurait dû déposer au moins trois fois ses comptes, elle ne l'a fait en réalité qu'une seule fois: en 2004.

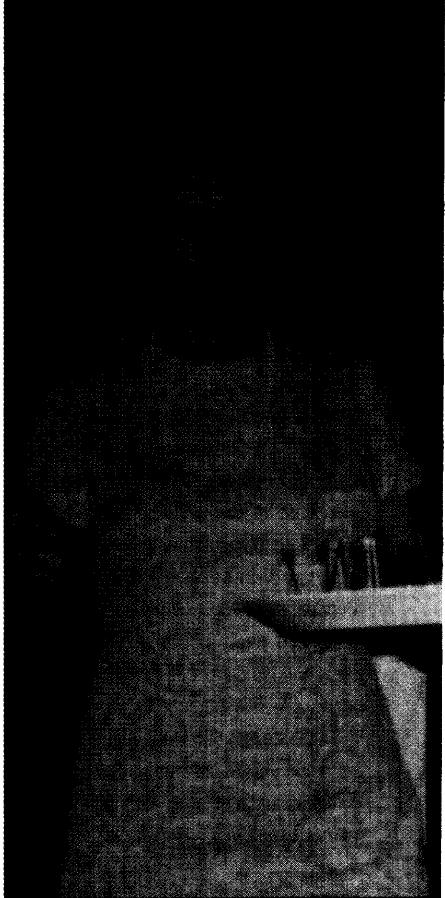
Dans les seuls comptes qu'elle a déposés, After The Hype fait état d'un chiffre d'affaires de 577.114 euros et d'une perte de 175.862 euros. Cette perte n'a jamais été apurée. C'est ce qui a probablement poussé la 'Chambre d'enquête commerciale' à décider la faillite de l'entreprise. Ce qui frappe surtout dans ce bilan, c'est le faible chiffre d'affaires

de la société. D'après nos informations, After The Hype générait, par le biais de sa propre régie publicitaire interne, un chiffre d'affaires mensuel moyen de quelque 50.000 euros de recettes publicitaires (bannières sur les sites Web et publicités dans la revue QT Magazine). De plus, toujours selon les mêmes sources, les mêmes rentrées étaient tirées chaque mois des cotisations des membres (paiement via SMS et carte de crédit) et des actions de SMS sortants des sites eux-mêmes. Ceux-ci envoyaient en effet régulièrement des messages SMS aux membres/utilisateurs payants et After The Hype gagnait également de l'argent sur ces envois. En d'autres termes, l'entreprise aurait fait plus de deux fois plus de chiffre d'affaires que ce qui était indiqué dans la comptabilité. Si les données qui nous ont été fournies sont exactes, la question se pose de savoir où est allée la différence (certainement 600.000 euros/an pour les deux dernières années).

LNM Media

Un peu plus de deux semaines avant la faillite d'After The Hype, Alexander Dresen et sa mère ont porté sur les fonts baptismaux la sprl LNM Media. Dresen a été désigné comme gérant statutaire de l'entreprise, dont le siège est établi rue des Colonies 11, à Bruxelles. Sur la page GayID du site Web LNM Media (lnmmmedia.eu/qtid.eu), il est également indiqué que le numéro de maison est 109-111. Innocente coquille ou nouvelle tentative de tromperie de la part de LNM Media? Dans ce cas, pour tromper qui et pourquoi? GAYid est une communauté de rendez-vous et de réseau 'gay friendly', gérée par LNM Media.

D'après Stefan Scheers (l'éditeur/proprié-



Margareth's latest ride to shame
as seen on youtube.

marlon 
TAILORMADE WEBSITES

www.marlon.be



marlon bvba

Dok Noord 4 - 9000 Gent

t: +32(0)9 329 06 76 - f: +32(0)9 329 05 64