

PS11592 - STARLIFE ITALIA

Provvedimento n. 28426

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 20 ottobre 2020;

SENTITO il Relatore, Professor Michele Ainis;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Starlife Italia S.r.l. (di seguito, anche Starlife) in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del Consumo, ha per oggetto sociale il commercio al dettaglio di prodotti vari, mediante l'intervento di un dimostratore o di un incaricato alla vendita. La società in questione, all'atto dell'avvio del procedimento, risultava controllata al 100% dalla Starlife S.R.O., con sede legale nella Repubblica ceca. Starlife Italia ha successivamente modificato la propria ragione sociale in Newcar Europe S.r.l. (di seguito, anche Newcar). Nell'anno 2019 Starlife Italia ha conseguito un fatturato di 196.610 euro.

2. Starlife S.R.O., in qualità di professionista (di seguito, anche Starlife SRO), ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b) del Codice del Consumo, è una società con sede in Hostivice, Repubblica ceca, la cui attività commerciale consiste nella vendita *on-line* di prodotti di vario genere, fra cui integratori alimentari, tramite il proprio sito www.starlife.eu.

3. Comando Carabinieri per la Tutela della Salute - N.A.S. di Padova e un consumatore, in qualità di segnalanti.

II. LA PRATICA COMMERCIALE

4. Il procedimento, avviato a seguito delle denunce pervenute nel corso del 2018 da parte del Comando Carabinieri per la Tutela della Salute - N.A.S. di Padova e di un consumatore, riguarda le condotte poste in essere in concorso dalle società Starlife Italia S.r.l. e Starlife SRO, consistenti nella promozione, tramite un sistema di vendita a carattere piramidale, di prodotti di vario genere, fra cui anche integratori alimentari che, allo stato, non risultano inseriti nell'apposito registro del Ministero della Salute italiano, fatta eccezione per l'integratore denominato "Oregano Star".

In particolare, i citati professionisti, tramite il sito *web* www.starlifeitalia.net, hanno posto in essere in Italia un sistema di vendita dei prodotti *Starlife* basato sul reclutamento di consumatori, incentivati a costruire un proprio *network* di clienti. A fronte del reclutamento di nuovi consumatori di prodotti *Starlife*, sono stati prospettati vantaggi economici, tra cui la possibilità di noleggiare autovetture a costi particolarmente convenienti.

5. Il programma *Starlife* prevede che il consumatore che si iscrive al *network* debba acquistare prodotti *Starlife* per un valore di 200 euro.

Se il consumatore in questione riesce a far iscrivere, entro un certo arco di tempo, altre tre persone – ognuna delle quali dovrà acquistare a sua volta 200 euro di prodotti *Starlife* – gli verrà retrocesso parte di quanto versato da questi ultimi, in modo da recuperare quasi interamente quanto speso per il proprio primo ordine. A loro volta, le tre persone potranno far iscrivere altre persone al *network*, recuperando la spesa iniziale.

Il consumatore che ha creato il proprio gruppo di acquirenti *Starlife* può richiedere il noleggio a lungo termine, a prezzi convenienti, di un'auto sponsorizzata se, insieme ai propri affiliati, raggiunge per tre mesi consecutivi un determinato obiettivo di acquisto, fissato in termini di "punti volume" e, inoltre, mantiene un consumo personale di 100 punti volume. Tale obiettivo è tanto più alto quanto maggiore è il valore dell'auto che si intende richiedere.

Al fine di poter continuare a godere dell'auto, il consumatore dovrà garantire anche nei mesi successivi il raggiungimento dei suddetti obiettivi di acquisto da parte del proprio gruppo e un livello minimo di autoconsumo personale.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

6. In relazione alle condotte sopra descritte, con atto del 9 gennaio 2020 (prot. n. 10959) è stato comunicato alla Starlife Italia S.r.l., al Comando Carabinieri per la Tutela della Salute - N.A.S. di Padova e al consumatore segnalante l'avvio del procedimento istruttorio PS11592, finalizzato a verificare l'esistenza di una presunta pratica commerciale

scorretta, in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, lettere b) e c), e dell'articolo 23, lettere i) e p), del Codice del Consumo, poiché la suindicata società ha promosso, tramite il proprio sito *web* www.starlifeItalia.net, un sistema di vendita di tipo piramidale avente ad oggetto prodotti alimentari e non, fra cui anche numerosi integratori alimentari non registrati nell'apposito elenco del Ministero della Salute italiano (fatta eccezione per l'integratore "Oregano Star").

7. Dalle informazioni comunicate dalla Starlife Italia S.r.l. con memoria pervenuta in data 29 gennaio 2020 è emerso che la *"la commercializzazione degli integratori a marchio Starlife è gestita dalla società Starlife s.r.o. di Praga, così come la rete dei networkers"*, in quanto la società italiana *"partecipata al 100% da Starlife s.r.o., ha la funzione di call center per trasmettere comunicazioni dei networkers italiani alla s.r.o. ceca (provvedendo alla traduzione), di fornire agli stessi assistenza amministrativa per i contratti di noleggio a lungo termine loro concessi da Starlife s.r.o. e di essere soggetto delle titolarità previste dalla legge verso le Autorità nazionali"*.

Pertanto, il procedimento, con atto del 13 febbraio 2020 (prot. n. 19450), è stato successivamente esteso sotto il profilo soggettivo nei confronti della società ceca Starlife SRO, con sede in Hostivice, Repubblica ceca, controllante al 100% la citata società italiana.

8. La Starlife Italia ha presentato una memoria difensiva, pervenuta il 29 gennaio 2020 (prot. n. 15397).

9. La Starlife SRO ha presentato una memoria difensiva, pervenuta in data 24 marzo 2020 (prot. n. 28817).

10. In data 22 luglio 2020 è stata comunicata a tutte le parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, a seguito della quale la Starlife Italia ha presentato un'ulteriore memoria, pervenuta il 4 agosto 2020 (prot. n. 61466).

11. Considerato che la condotta in esame è stata posta in essere tramite *internet*, in data 11 agosto 2020 (prot. n. 63347) è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, AGCom), pervenuto all'Autorità in data 14 settembre 2020 (prot. n. 68950).

2) Le evidenze acquisite

Il sistema di commercializzazione dei prodotti Starlife

12. Dalla documentazione acquisita risulta che i prodotti Starlife sono venduti da Starlife SRO attraverso un sistema di tipo piramidale, nel quale i consumatori si registrano presso Starlife SRO in occasione del primo acquisto e possono accedere ad una serie di benefici (sconti, noleggio di autovetture a costi molto convenienti, ecc.) impegnandosi nello sviluppo di una rete di consumatori acquirenti, con il supporto di Starlife Italia e di Starlife SRO.

13. L'adesione al sistema in esame è promossa da Starlife Italia sul sito www.starlifeitalia.net in questi termini: *"Iscriviti, aderisci a uno dei nostri programmi e inizia a costruire la tua rete. Non importa se il tuo obiettivo è realizzare un piccolo guadagno lavorando nei ritagli di tempo, STARLIFE ti supporta comunque. Ambisci a risultati economici più consistenti? Vorresti un'attività indipendente senza troppi costi iniziali? Diventa networker professionista, espandi la tua rete e aiuta altri a crescere come te"*.

Nella pagina www.starlifeitalia.net/collabora, a fianco ad un *form* da compilare ed inviare per essere contattati da un "responsabile STARLIFE" si precisa *"STARLIFE ti supporta con un catalogo di prodotti esclusivi, formazione certificata, materiale promozionale, un piano compensi competitivo, l'opportunità di avere in uso un'automobile in cambio di un obiettivo realisticamente raggiungibile, viaggi in località esotiche e molto di più"*.

14. In base a quanto evidenziato nella segnalazione presentata dal Comando Carabinieri per la Tutela della Salute - N.A.S. di Padova, la quale contiene anche numerose testimonianze di soggetti affiliati al sistema Starlife, è emerso che per l'inserimento nel sistema Starlife dei neo affiliati *"in regime di autoconsumo senza finalità di vendita (quest'ultima peraltro non consentita dato che gli integratori non sono stati notificati), è obbligatorio l'acquisto di un kit d'ingresso del valore di 200 euro e successivi acquisti mensili del valore di 100 euro, ovvero il reclutamento di nuovi soggetti che a loro volta diventino affiliati attivi partecipanti. Per questi ultimi viene infatti corrisposto un punteggio a credito nel portafoglio di chi ha introdotto nuovi affiliati, che gli consente di ottenere gratuitamente i prodotti Starlife. Il consumatore affiliato, quindi, fornisce un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante principalmente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dal consumo di prodotti al fine del raggiungimento del vantaggio sopracitato, ma in particolare di utilizzo dell'automobile senza limitazioni, ad un prezzo economico molto vantaggioso"*.

15. Le testimonianze di soggetti affiliati al sistema realizzato dalla Starlife SRO, allegare in forma di verbali alla segnalazione del Comando Carabinieri di Padova, confermano quanto evidenziato nella segnalazione stessa.

A titolo esemplificativo, nella testimonianza resa da D.M. in data 8 gennaio 2019, si dichiara che *"da maggio 2018 mi sono affiliato al network marketing Starlife [...]"* tramite il sito www.starlife.eu e la persona che mi ha presentato ha specificato che *"acquisendo nuovi affiliati io avrei ricevuto dei punti nel mio portafoglio, che potevo spendere per acquistare prodotti Starlife e per mantenere l'autovettura che mi veniva concessa a titolo gratuito compresa l'assicurazione. Ogni nuovo affiliato che io facevo doveva acquistare un pacchetto di minimo 200 euro di prodotti Starlife e a sua volta aveva facoltà ed era da me invitato a presentare nuovi affiliati che a loro volta dovevano acquistare pacchetti da 200 euro. I nuovi affiliati che venivano presentati da quelli da me individuati, fornivano comunque un aumento dei punti del mio portafoglio, questo fino al settimo livello di affiliazione. [...] Io nel mio caso ho affiliato 4 persone che hanno acquistato il pacchetto di Starlife da cui si è generato un gruppo costituito da 200 persone circa, che ogni qual volta eseguono un acquisto mi riforniscono di punti [...]. Questo gruppo tramite l'acquisto di pacchetti di Starlife e nuove affiliazioni mi ha consentito di avere da parte della ditta l'utilizzo gratuito*

dell'autovettura con tanto di assicurazione [...]. Tramite il portafoglio punti ho anche acquistato dei prodotti della Starlife, ma non solo integratori, bensì anche prodotti non alimentari. In ogni caso non li ho mai venduti, benché in qualche occasione posso averli ceduti a titolo gratuito per farli provare a conoscenti, in previsione di convincerli [...] e farli entrare nel mio gruppo, in modo da creare una rete di acquirenti consumatori. I prodotti venivano da me ordinati a Starlife" non solo tramite il sito www.starlife.eu, ma "da novembre 2018 su www.starlifeitalia.net".

16. Analoghe dichiarazioni sono contenute nelle testimonianze rese da R.B., da D.S. e da M.G., rispettivamente il 9 gennaio 2018, l'8 e il 9 gennaio 2019, presso il Comando dei Carabinieri Tutela della Salute - NAS di Padova.

17. Le modalità di funzionamento del sistema Starlife sopra descritte trovano, peraltro, ulteriore conferma in un servizio di "Striscia la notizia" del 5 aprile 2019, portato all'attenzione dell'Autorità dal consumatore segnalante e acquisito agli atti del procedimento in data 16 dicembre 2019.

18. Ulteriori dettagli sul funzionamento del programma Starlife emergono dalla documentazione allegata dai NAS alla propria segnalazione.

In primo luogo, negli screenshot dal sito www.starlifeitalia.com, "realizzato e gestito da PARTNER INDIPENDENTI affiliati Starlife", il programma e i suoi vantaggi sono descritti nei termini seguenti¹:

"Io mi iscrivo con un primo ordine di prodotti per circa 135 pv (punti volume) = 200€ + coinvolgo tre amici in questo progetto, (le persone non dovrò necessariamente registrarle tutte insieme, ma anche in periodi diversi, tipo; una persona questa settimana, due il mese prossimo) che a loro volta faranno un primo ordine prodotti di 200€ e otterranno così i miei stessi vantaggi.

Così facendo, io ho guadagnato subito 60€ x 3 = 180€ (bonus registrazione), quindi i miei prodotti sono gratis !!!, questo è il primo step che mi darà il diritto a prenotare l'auto sponsorizzata dall'azienda!

Potrò ritirare la mia macchina nuova al raggiungimento di un totale di 1000 pv nel mese (di gruppo) e consolidando la struttura mantenendo per tre mesi consecutivi 1000 pv di gruppo o almeno tre linee con 333 pv ciascuna.

Comunque i pv (punti volume) necessari alla qualifica non dovrò farli da solo, ma saranno cumulabili insieme al mio gruppo di collaboratori, che nel frattempo comincerà a crescere in modo esponenziale".

Per mantenere l'auto "basterà inserire un consulente nel mese, fare un autoconsumo di 100 pv personali, più 1000 pv insieme al tuo gruppo, mantenendo questi requisiti minimi richiesti l'auto ti costerà solo 0,70 centesimi al giorno, con tutti gli oneri a carico dell'azienda = COSTO ZERO."

Negli screenshot successivi il medesimo schema viene rappresentato graficamente, con numeri leggermente diversi, enfatizzando anche la presenza di commissioni sull'acquisto dei prodotti da parte del gruppo che fa capo al consumatore "fondatore", che consentirebbero a tale consumatore di guadagnare oltre 700 euro al mese, nell'ipotesi in cui i 3 consumatori reclutati abbiano a loro volta coinvolto nel predetto sistema altri consumatori, dando vita ad una rete a 4 livelli formata da 120 consumatori.

19. Alla segnalazione sono poi stati allegati esempi del materiale pubblicitario consegnato o proiettato durante i meeting e gli eventi Starlife².

In tale materiale vengono descritti i 7 diversi tipi di compenso cui possono accedere i consumatori attivi nella promozione del sistema Starlife, tra i quali: (i) il "Bonus registrazione" che prevede la retrocessione al consumatore "sponsor" di parte dei 200 euro spesi da ciascuno dei nuovi consumatori convinti ad aderire al sistema Starlife; (ii) i bonus sugli acquisti di beni effettuati dagli appartenenti alla propria rete; (iii) il "pool bonus" mensile per il quale occorre acquistare per uso personale prodotti per almeno 333 punti volume o, in alternativa, far registrare nuovi consumatori paganti, in sostituzione di parte degli acquisti personali previsti; (iv) il "bonus leader", ottenibile se ci si qualifica per il "pool bonus" e si ha una struttura formata da almeno 3 rami che producono più di 1000 punti volume di acquisti al mese. L'importo del bonus è legato al numero di nuove registrazioni effettuate, sia personalmente che dalla propria struttura.

Nel materiale suddetto viene inoltre descritto il "Programma Auto 333", che prevede la possibilità di noleggiare a lungo termine un'auto se si raggiungono determinati obiettivi di acquisto, sia personali che di gruppo (tanto più elevati quanto maggiore il valore commerciale dell'auto). Il canone di noleggio è inversamente proporzionale agli obiettivi di acquisto raggiunti: i canoni più bassi corrispondono ad acquisti minimi di gruppo più elevati. Il canone in assoluto apparentemente più conveniente (20 euro/mese, corrispondenti a circa 0,70 euro/giorno, per qualsiasi tipo di auto) può essere tuttavia ottenuto solo soddisfacendo ulteriori condizioni in termini di numero di nuove persone reclutate al mese³. Se tuttavia tale condizione non è soddisfatta, il canone minimo diviene pari a 110 euro/mese per tutte le auto.

20. L'impostazione e l'organizzazione del sistema realizzato dalla Starlife SRO, così come prospettato nelle citate testimonianze, risultano ulteriormente avvalorate dalla documentazione depositata dalla stessa Starlife SRO con la memoria del 24 marzo 2020.

Tale documentazione ("Business Manuale") conferma che il sistema realizzato dalla Starlife SRO è diffuso anche in Italia in concorso con la Starlife è basato su un sofisticato meccanismo di commercializzazione di vari prodotti, fra i quali anche numerosi integratori alimentari, assimilabile ad un sistema piramidale, che prevede l'affiliazione dei

¹ [Cfr. all. 5 alla segnalazione del NAS.]

² [Cfr. all. 6 segnalazione NAS]

³ [1 nuova registrazione al mese nel caso dell'auto meno costosa, 3 per quelle più costose.]

consumatori ad un apparato che, con la prospettiva di presunti vantaggi economici e dell'assegnazione a noleggio di un'autovettura a condizioni asseritamente vantaggiose, li incentiva, da una parte, ad acquistare continuamente i prodotti in questione, dall'altra, a ricercare e ad includere in tale apparato altri consumatori acquirenti. In tale contesto, ad ogni affiliato è assegnato un portafoglio virtuale a punteggi (c.d. punti volume, PV), strutturato in modo tale da accreditare tali punteggi ad ogni nuova affiliazione e per ogni ordinativo individuale di prodotti Starlife, proporzionando tali punteggi (PV) al singolo affiliato e, in percentuale, al suo gruppo di riferimento (BPGV)⁴.

21. In particolare, nel Manuale sono descritti (pp. 33-43), nei termini già visti, il "pool bonus" e il "bonus leader", nonché i meccanismi di funzionamento dei bonus sugli acquisti di beni effettuati dagli appartenenti alla propria rete (c.d. *basic bonus*).

Sono inoltre indicati i "premi per la registrazione" dei nuovi membri (p. 30 e p. 40): quelli destinati allo "sponsor" (di ammontare compreso tra 42 e 168 euro) e quelli destinati al "presentatore", cioè un membro del sistema Starlife che, attraverso una efficace presentazione del sistema, favorisce l'adesione dei consumatori presentati dagli sponsor (pari al 30% del premio per lo sponsor).

Nel Manuale è anche descritto il programma Auto1.000, come riportato *infra*.

22. Per quanto concerne il noleggio delle autovetture "aziendali" ai *networker* affiliati al sistema Starlife, dalla documentazione allegata dalla società ceca ("*Condizioni commerciali di programma auto Starlife*", in vigore dal 1/1/2020) si desume che il c.d. "Programma auto Starlife" prevede due differenti modalità: AUTO1.000 e AUTOLEASE. Tali modalità, scelte dall'affiliato all'entrata nel programma in questione, possono essere anche variate, al costo di circa 100 euro per ogni singolo passaggio di modalità.

La modalità AUTO1.000 è sostanzialmente basata sul volume di attività svolto dall'interessato a favore della società Starlife, in termini di estensione della propria rete e di volume di acquisti prodotto mensilmente; la modalità AUTOLEASE è, invece, un vero e proprio contratto di noleggio di un'autovettura a pagamento su base mensile, indipendentemente dagli acquisti effettuati dall'affiliato e dal suo gruppo.

Per richiedere un'autovettura con la modalità AUTO1.000 sono necessari un acquisto personale di prodotti Starlife per un ammontare minimo di 100 PV/mese, un fatturato della propria struttura di affiliati di almeno 1.200 BPGV e una dimensione della rete pari almeno a 3 rami, ognuno con un fatturato di "*almeno 333 BPGV*".

All'affiliato cui, in base ai requisiti stabiliti dal "Programma auto Starlife", secondo la modalità AUTO1.000, spetti un'autovettura a noleggio, la stessa viene consegnata esclusivamente presso la sede ceca della Starlife SRO, contestualmente al pagamento del citato deposito cauzionale e di un canone mensile. L'importo del canone parte da 110 euro/mese ed è inversamente proporzionale al volume di attività sviluppato dal consumatore e dal suo gruppo, che deve essere mantenuto per tutta la durata del noleggio: al secondo mese consecutivo di mancato rispetto del volume "obiettivo", Starlife SRO può chiedere la restituzione della vettura. Il locatario si impegna ad effettuare a proprie spese la manutenzione ordinaria dell'autovettura, gli interventi di assistenza e le eventuali riparazioni, oltre che il piano di controlli di garanzia e l'acquisto degli pneumatici invernali nel periodo in cui ne è previsto il montaggio per legge. Ogni eventuale violazione degli impegni da parte del locatario comporta un sollecito ed una corrispondente sanzione, da un minimo di 10 ad un massimo di 720 euro.

Le relazioni tra Starlife Italia e Starlife SRO

23. Il Comando Carabinieri Tutela della Salute - NAS di Padova ha allegato alla propria segnalazione il verbale redatto dallo stesso Comando in data 22 gennaio 2019 presso gli uffici della società Starlife Italia S.r.l..

In tale occasione, il procuratore speciale di Starlife Italia ha dichiarato che la Starlife, "*costituita dal socio unico Starlife SRO Praga, sul territorio nazionale (n.d.r.: l'Italia) fornisce il servizio di assistenza e consulenza ai networkers domiciliati in Italia*", specificando che "*La strategia commerciale che ha portato alla srl italiana, per intera partecipazione della sro ceca, è scaturita da tre esigenze*": la prima di tali esigenze è stata di tipo "*commerciale per dare visibilità concreta dell'azienda ai networker*", chiarendo in proposito che "*gli uffici di Bergamo (n.d.r.: ove ha sede legale la Starlife) svolgono attività di call center per ricevere disservizi e segnalazioni che vengono girati alla sro ceca, svolgendo anche una funzione di intermediazione linguistica*". In tale contesto, il soggetto interpellato ha chiarito che "*la Starlife Italia non svolge alcuna attività di importazione di integratori dall'estero, né svolge operazioni commerciali Intrastat con la casa madre, in quanto non è prevista sul mercato nazionale la distribuzione ordinaria, ma essendo solamente ipotizzabile l'acquisto in autoconsumo nella rete tecnica del multilevel network marketing, mediante acquisto in web direttamente dalla casa madre di Praga*".

24. Le ulteriori due esigenze della Starlife SRO, in base a quanto emerge dal citato verbale, rispondono rispettivamente alla necessità, da un lato, di essere soggetti alle normative nazionali e, dall'altro, di "*predisporre un supporto operativo commerciale e logistico verso l'azienda madre, in termini temporali non ancora definiti*".

25. Dal verbale in questione si evince inoltre che un'ulteriore funzione della Starlife, su esplicito "*mandato commerciale della sro di Praga*", è quella di fornire "*assistenza amministrativa al parco della flotta aziendale circolante in Italia ed attribuita ai Networker che ne hanno fatto richiesta mediante un contratto di noleggio a lungo termine*".

⁴ [Per PV (product value) si intende "il valore in punti di ogni prodotto"; PGV è il totale di PV degli ordini pagati entro la fine del mese dall'affiliato e dai membri del gruppo; per BPGV si intende il fatturato del gruppo composto dall'affiliato e dai suoi membri.]

La registrazione in Italia degli integratori Starlife

26. Sul sito www.starlifeitalia.net vengono anche promossi degli integratori definiti "armonizzatori cellulari", coadiuvanti di varie funzioni fisiologiche, nonché una serie di integratori destinati all'"alimentazione sportiva"⁵, rinviando al sito internet www.Starlife.eu⁶.

27. L'impresa che intende commercializzare integratori in Italia è tenuta, ai sensi dell'articolo 10 del Decreto Legislativo 21 maggio 2004, n. 169, ad informare il Ministero della Salute, inviando un modello dell'etichetta. Solo all'esito positivo della procedura di notifica, può avvenire l'immissione in commercio di tali integratori.

28. Allo stato, dalla consultazione del Registro degli integratori, tenuto presso il Ministero della Salute, risulta che tali integratori, fatta eccezione per quello denominato "Oregano Star", non risulterebbero registrati e, pertanto, non potrebbero essere posti in commercio.

3) Le argomentazioni difensive della parte

29. A seguito dell'avvio del procedimento, della sua integrazione soggettiva e della comunicazione relativa alla conclusione della fase istruttoria, la Starlife e la Starlife SRO hanno rispettivamente presentato delle memorie difensive, pervenute il 29 gennaio 2020 e il 24 marzo 2020.

30. In particolare, con la memoria pervenuta in data 29 gennaio 2020, la Starlife si è limitata ad evidenziare che la "la commercializzazione degli integratori a marchio Starlife è gestita dalla società Starlife s.r.o. di Praga, così come la rete dei networkers", in quanto la società italiana "partecipata al 100% da Starlife s.r.o., ha la funzione di call center per trasmettere comunicazioni dei networkers italiani alla s.r.o. ceka (provvedendo alla traduzione), di fornire agli stessi assistenza amministrativa per i contratti di noleggio a lungo termine loro concessi da Starlife s.r.o. e di essere soggetto delle titolarità previste dalla legge verso le Autorità nazionali".

31. La Starlife SRO, con la memoria pervenuta in data 24 marzo 2020, ha rilevato che la Starlife Italia "è una società istituita per il supporto amministrativo dei membri del club Starlife residenti sul territorio della repubblica italiana", con il compito "di fungere da punto di contatto fra Starlife SRO e membri italiani del Club Starlife che si sono registrati per ricevere i prodotti da Starlife SRO, o che con società Starlife SRO hanno stipulato un contratto di noleggio auto", non svolgendo tuttavia "alcuna attività commerciale relativa ai prodotti Starlife, non li offre in vendita e non li importa in Italia".

La società ceca, inoltre, ha evidenziato di gestire l'e-shop dei propri prodotti "esclusivamente su indirizzo www.starlife.eu", ove "non si afferma che i prodotti proposti da Starlife SRO sono stati registrati presso il Ministero della Sanità (sic) della Repubblica Italiana", specificando che gli stessi sono comunque "debitamente registrati e autorizzati dal Ministero della Salute della Repubblica ceca in conformità con tutte le direttive di armonizzazione dell'Unione europea".

Attualmente essa servirebbe poco più di 9.000 consumatori italiani.

32. Starlife SRO ha dichiarato nella propria memoria del 24 marzo di aver avviato il processo di registrazione per la "linea base di 22 prodotti" presso le competenti Autorità italiane.

33. Per quanto concerne il merito del sistema Starlife, la suddetta società ceca ha contestato la sua asserita natura di multi-level marketing di tipo piramidale, asserendo che in tale sistema "i networker indipendenti vengono premiati principalmente per l'acquisto di prodotti", diversamente sia dallo schema c.d. multi-level (nel quale la vendita avviene a soggetti terzi, mentre il sistema Starlife prevede che l'acquisto dei prodotti possa avvenire solo a fini di autoconsumo) sia da quello tipicamente piramidale (dove premi e bonus sono subordinati all'iscrizione di un nuovo membro).

34. A seguito della comunicazione del termine della fase istruttoria, la Starlife, in data 4 agosto 2020 (prot. n. 61466), ha presentato un'ulteriore memoria, con la quale, ribadendo la propria carenza di legittimazione passiva nel procedimento PS11592, ha comunicato di essere stata "recentemente ceduta ad altra società ceca [...], che si occupa esclusivamente di noleggio di autoveicoli" e, in tale contesto, di aver "cambiato la denominazione in New Car Europe S.r.l., più consona alla sua attività, che è stata adeguata anche formalmente nell'oggetto sociale alla realtà dei fatti".

IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

35. Considerato che la fattispecie in esame è stata diffusa tramite internet, in data 11 agosto 2020 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito, AGCom).

Con parere pervenuto in data 14 settembre 2020, l'AGCom ha evidenziato che "con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione utilizzato risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che sulla base delle informazioni contenute nel sito del professionista potrebbero essere indotti ad assumere una decisione

⁵ [Il sito rimanda alle pagine con i cataloghi prodotti del sito di Starlife sro:
https://www.starlife.eu/int/products/product_line.asp?lng=it&product_line=bh;
https://www.starlife.eu/int/products/product_line.asp?lng=it&product_line=nutrition.]

⁶ [Il sito rimanda alle pagine con i cataloghi prodotti del sito di Starlife sro:
https://www.starlife.eu/int/products/product_line.asp?lng=it&product_line=bh;
https://www.starlife.eu/int/products/product_line.asp?lng=it&product_line=nutrition.]

commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale della comunicazione on line”.

V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

V.1 La legittimazione passiva di Starlife Italia

36. In via preliminare, si rileva che la Società Starlife Italia S.r.l. è attiva dal 26 ottobre 2018 con tale denominazione sociale, mutata dal 9 giugno 2020 in New Car Europe S.r.l., società che, tuttavia, mantiene la medesima partita IVA e la medesima sede legale della precedente.

37. Ciò premesso, occorre contestare anche quanto affermato dalla Società Starlife Italia S.r.l. (ora Newcar) con la memoria del 29 gennaio 2020 circa la propria carenza di legittimazione passiva nel procedimento PS11592.

In proposito, si rileva, infatti, che, nel periodo di diffusione del messaggio in esame, le società Starlife Italia (ora Newcar) e Starlife SRO non apparivano affatto due entità distinte e caratterizzate da diversi obiettivi economici, ma risultavano strettamente collegate non solo da un rapporto di controllo esclusivo (la società italiana, infatti, era interamente controllata al 100% da quella ceca), ma anche da un obiettivo ed evidente interesse comune di carattere commerciale, peraltro confermato da quanto sostenuto da entrambi i suddetti professionisti nelle rispettive memorie.

38. A tal riguardo, infatti, la società italiana ha dichiarato di svolgere, per conto della Starlife SRO, *“la funzione di call center per trasmettere comunicazioni dei networkers italiani alla s.r.o. ceca (provvedendo alla traduzione), di fornire agli stessi assistenza amministrativa per i contratti di noleggio a lungo termine loro concessi da Starlife s.r.o. e di essere soggetto delle titolarità previste dalla legge verso le Autorità nazionali”*, così confermando il proprio ruolo di fondamentale *trait d’union* fra i consumatori nazionali e la società ceca. Ruolo, questo, avvalorato anche dalla Starlife SRO, che ha descritto la società italiana quale *“società istituita per il supporto amministrativo dei membri del club Starlife residenti sul territorio della Repubblica Italiana”*, il cui compito *“è quello di fungere da punto di contatto tra Starlife s.r.o. e membri italiani del club Starlife che si sono registrati per ricevere i prodotti da Starlife s.r.o., o che con società Starlife s.r.o. hanno stipulato un contratto di noleggio auto”*.

È quindi confermato dalla stessa società ceca che, tramite il sito *internet* della società Starlife Italia S.r.l., i soggetti interessati ad aderire al sistema in esame e all’acquisto dei prodotti a marchio Starlife vengano inizialmente attirati e successivamente indirizzati con un apposito *link* al sito della Starlife SRO.

39. Tali considerazioni sono peraltro ulteriormente confermate dalle dichiarazioni rese a verbale il 22 gennaio 2020 al Comando Carabinieri Tutela della Salute - NAS di Padova dall’allora procuratore speciale istitutore della stessa Starlife Italia, il quale ha affermato che la Starlife, *“costituita dal socio unico Starlife SRO Praga, sul territorio nazionale fornisce il servizio di assistenza e consulenza ai networkers domiciliati in Italia”*, al fine di *“dare visibilità concreta dell’azienda ai networker”*, chiarendo in proposito che *“gli uffici di Bergamo svolgono attività di call center per ricevere disservizi e segnalazioni che vengono girati alla sro ceca, svolgendo anche una funzione di intermediazione linguistica”*.

40. Pertanto, in base agli elementi di fatto sopra evidenziati, entrambe le suindicate società, ovvero la Starlife Italia (ora Newcar) e la Starlife SRO, devono essere considerate responsabili della pratica commerciale in esame, in quanto evidentemente cointeressate sotto il profilo economico alla promozione del sistema Starlife nell’ambito del territorio italiano: la prima, in quanto soggetto incaricato di implementare e coordinare anche sotto il profilo logistico il sistema stesso in Italia, di svolgere *“la funzione di call center per trasmettere comunicazioni dei networkers italiani alla s.r.o. ceca (provvedendo alla traduzione), nonché di fornire “assistenza amministrativa al parco della flotta aziendale circolante in Italia ed attribuita ai Networker che ne hanno fatto richiesta mediante un contratto di noleggio a lungo termine”*; la seconda, nella sua qualità di impresa direttamente coinvolta nella commercializzazione dei propri prodotti e nel noleggio di autovetture aziendali attraverso tale sistema, avvalendosi della collaborazione della Starlife Italia.

V.2 La scorrettezza della pratica commerciale messa in atto da Starlife Italia e Starlife SRO

41. Oggetto del presente procedimento è la natura del sistema di commercializzazione dei prodotti Starlife, caratterizzato dalla possibilità di accedere a diversi benefici economici in funzione del raggiungimento di un livello minimo di autoconsumo personale e del volume di attività prodotto dal gruppo di affiliati che fa capo al consumatore stesso.

42. Giova a tal fine ricordare che tutti i sistemi di commercializzazione *“multilivello”* sono caratterizzati dal fatto che i soggetti che vi aderiscono (intermediando vendite o acquistando per autoconsumo) hanno la possibilità di far aderire al sistema altri soggetti, sponsorizzandone l’ingresso, in qualità di nuovi aderenti che intermedieranno vendite o consumeranno ulteriori volumi del prodotto. I compensi, di qualsiasi tipo, percepiti da un soggetto aderente sono in relazione diretta, oltre che con gli acquisti da lui procurati o effettuati, anche con i volumi delle vendite o degli acquisti determinati dall’attività dei soggetti da lui sponsorizzati.

Ciò che distingue i sistemi multilivello dagli schemi piramidali – oggetto di divieto assoluto nella legge 173/2005 e inclusi nella *black list* delle pratiche commerciali di cui all’articolo 23 del Codice del Consumo – è la fonte dei corrispettivi del consumatore che agisce da *“sponsor”*: nelle forme di vendita piramidali, il guadagno dello sponsor non dipende solo dai livelli di vendita o di acquisto complessivamente realizzati insieme ai soggetti da lui sponsorizzati (ai quali inoltre gli stessi non sono collegati in maniera diretta), ma discende principalmente dall’ingresso di altri soggetti nella rete di vendita o promozione.

I meccanismi attraverso i quali il professionista si dota di un flusso di risorse sufficiente a pagare tali guadagni sono assai diversificati, ma includono tipicamente quote di adesione elevate e/o acquisti obbligatori di prodotti, nonché il soddisfacimento di requisiti minimi legati alla struttura creata dagli sponsor e/o ai volumi di vendite o acquisti generati. Ciò al fine di assicurare che il flusso di nuovi entranti nel sistema consenta di realizzare i benefici promessi agli sponsor. Infatti, i sistemi piramidali sono sostenibili nel lungo periodo solo finché il flusso di nuovi entranti si mantiene ad un livello sufficiente ad assicurare il pagamento dei premi promessi a tutti i livelli.

43. Il sistema Starlife, come posto in essere congiuntamente da Starlife SRO e da Starlife Italia, appare caratterizzato dagli elementi tipici dei sistemi piramidali.

In primo luogo, si rileva come l'adesione al sistema sul sito www.starlifeitalia.net venga promossa facendo ampio riferimento ai guadagni e agli altri vantaggi non monetari asseritamente realizzabili, senza spiegare in alcun modo i meccanismi di calcolo dei "compensi competitivi" o di ottenimento degli altri benefici prospettati.

In secondo luogo, si evidenzia che il sistema è strutturato in modo tale da incentivare il reclutamento di nuovi consumatori, in quanto i compensi promessi e la possibilità di noleggiare un'auto a lungo termine ad un costo competitivo dipendono in larga misura dalla dimensione della rete originata dal consumatore-sponsor.

44. Infatti, l'adesione comporta l'obbligo di un primo ordine di prodotti Starlife per un importo significativo e l'effettuazione di un ordine minimo mensile.

L'aderente ha la possibilità di recuperare quanto pagato per il primo acquisto e di ottenere risparmi sostanziosi sugli acquisti successivi trasformandosi in sponsor di altri consumatori invitati ad entrare nel *network*, grazie alla retrocessione da parte di Starlife di parte dei ricavi dal primo acquisto (il c.d. "bonus registrazione") e della maturazione di punti volume per gli acquisti successivi effettuati.

I nuovi aderenti avranno anch'essi l'incentivo a sponsorizzare l'entrata di nuovi consumatori e così via.

I consumatori che di volta in volta entrano nel sistema hanno quindi l'incentivo a sponsorizzare nuove entrate al fine di recuperare parte dei costi che essi stessi devono sostenere per permanere nel sistema medesimo. I compensi denominati "Pool bonus" e "Leader bonus", infatti, sono strettamente correlati al numero di nuove registrazioni effettuate.

45. Rilevanti ai fini della qualificazione come piramidale del sistema Starlife appaiono anche le condizioni dei piani Auto1.000 e Auto333 per il noleggio di un'autovettura.

Per quanto riguarda il piano Auto1.000, le condizioni da soddisfare per la richiesta dell'autovettura e per ottenere un canone di noleggio apparentemente conveniente rispetto alle offerte "Pay per drive" disponibili sul mercato, infatti, riguardano la dimensione della rete (almeno 3 rami, ognuno in grado di produrre un volume minimo di acquisti) e la sua produttività complessiva minima. Tenuto conto che esiste evidentemente un limite fisiologico all'autoconsumo personale di ciascun consumatore aderente, anche il requisito relativo agli acquisti minimi della rete rappresenta, di fatto, un incentivo al reclutamento: più alto è il numero dei consumatori, più facile è raggiungere il numero minimo di acquisti richiesto.

Ad esempio, nel caso del Piano Auto333, si evince che l'accesso al canone di noleggio più allettante (20 euro/mese) è condizionato ad un numero minimo di registrazioni di nuovi consumatori nel mese.

Nel complesso, quindi, le condizioni per accedere al noleggio e a un livello competitivo del canone appaiono tanto più facilmente conseguibili quanto più è ampia la rete creata da un consumatore e quindi più efficace l'attività di reclutamento di nuovi consumatori.

46. Starlife SRO e Starlife Italia appaiono dunque aver istituito e promosso un sistema di commercializzazione dei prodotti Starlife con caratteristiche piramidali nel quale il professionista guadagna principalmente dall'inserimento di nuovi consumatori e dagli acquisti del prodotto da essi direttamente effettuati e dove lo sforzo promozionale è rivolto al continuo inserimento di nuovi consumatori aderenti in grado di contribuire al raggiungimento degli obiettivi minimi necessari per accedere ai benefici promessi dal professionista. .

47. Un ruolo sinergico nell'accrescere l'efficacia dello schema piramidale descritto assume la circostanza che i professionisti generano nei consumatori interessati ad aderire al sistema Starlife l'erronea convinzione che la commercializzazione e/o il consumo degli integratori elencati nelle schede intitolate "armonizzatori cellulari" e "alimentazione sportiva" siano leciti nell'ambito del territorio italiano, mentre gli stessi, non risultano allo stato inseriti nell'apposito registro del Ministero della Salute.

La stessa società ceca Starlife SRO ha confermato che tali integratori (fatta eccezione per quello denominato "Oregano Star") non risultano allo stato registrati presso l'apposito elenco del Ministero della Salute italiano.

In proposito, si rileva che quanto sostenuto dalla Starlife SRO a proprio discarico circa il fatto che nel contesto del sito www.starlife.eu, "non si afferma che i prodotti proposti da Starlife s.r.o. sono stati registrati presso il Ministero della Sanità della Repubblica Italiana" non può essere di per sé ritenuta un'argomentazione giuridicamente idonea a sanare, ai fini della commercializzazione in Italia di tali integratori, il mancato inserimento dei medesimi nell'apposito Registro del citato Ministero.

48. Per le ragioni precedentemente esposte, le condotte sopra descritte integrano una pratica commerciale scorretta, in violazione degli articoli 20 e dell'articolo 23, lettera i) e p), del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in merito i) alla effettiva natura del processo di vendita dei prodotti Starlife, la cui struttura a carattere piramidale prevede che il consumatore fornisca un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante esclusivamente dall'entrata di altri consumatori nel

sistema piuttosto che dalla vendita di tali prodotti; ii) alle caratteristiche principali degli integratori alimentari pubblicizzati, generando l'impressione che la loro vendita e/o consumo siano leciti nell'ambito del territorio italiano.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

49. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

50. Riguardo alla gravità della pratica, si tiene conto della dimensione economica dei professionisti. Dalle informazioni fornite dalla Guardia di Finanza, è emerso che Starlife Italia ha un fatturato di circa 200.000 euro. Per quanto riguarda Starlife SRO, sul proprio sito *internet* la società dichiara di avere 100 dipendenti, per cui si tratta certamente di una società di significative dimensioni.

51. La gravità si apprezza, inoltre, anche in considerazione dell'ampiezza della pratica, che ha coinvolto oltre 9.000 consumatori in Italia, del conseguente pregiudizio economico arrecato, della sua vasta diffusione attraverso *internet*, nonché in ragione della particolare natura delle violazioni riscontrate, relative all'adozione di uno schema distributivo di carattere piramidale e all'ingannevolezza dei messaggi volti a suggerire che la vendita in Italia degli integratori pubblicizzati sia lecita.

52. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi acquisiti agli atti risulta che le condotte in esame sono state poste in essere quantomeno a decorrere dal 2018 (periodo al quale si riferiscono i fatti segnalati dal Comando dei Carabinieri Tutela della Salute - NAS di Padova) e che le medesime sono ancora in corso.

53. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile in solido alla società Starlife Italia S.r.l. (che ha cambiato la propria denominazione in Newcar Europe srl, mantenendo la medesima partita IVA) e alla società Starlife SRO nella misura di 850.000 € (ottocentocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la condotta in esame consiste in una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 20 e 23, lettere *i*) e *p*), del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico dei consumatori in merito i) alla effettiva natura del processo di vendita dei prodotti Starlife, la cui struttura a carattere piramidale prevede che il consumatore fornisca un contributo in cambio della possibilità di ricevere un corrispettivo derivante esclusivamente dall'entrata di altri consumatori nel sistema piuttosto che dalla vendita o dal consumo di prodotti; ii) alle caratteristiche principali degli integratori alimentari pubblicizzati, generando l'impressione che la loro vendita e/o consumo siano leciti;

DELIBERA

a) che le condotte descritte al punto II del presente provvedimento, poste in essere in concorso dalle società Starlife Italia S.r.l. (ora Newcar Europe S.r.l.) e Starlife S.R.O., costituiscono, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20 e 23, lettere *i*) e *p*), e ne vieta pertanto la continuazione;

b) di irrogare, in solido, alla società Starlife Italia S.r.l. (ora Newcar Europe S.r.l.) e alla società ceca Starlife S.R.O. la sanzione amministrativa pecuniaria di 850.000 € (ottocentocinquantamila euro);

c) che i professionisti comunichino all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a).

Per i Professionisti aventi sede legale in Italia, la sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it. Per i professionisti aventi sede legale in uno Stato estero, la sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni, tramite bonifico (in euro) a favore del Bilancio dello Stato, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal

giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Filippo Arena

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli