

PS12323 - ARIIX-NEWAGE

Provvedimento n. 30423

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 13 dicembre 2022;

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;

VISTA la comunicazione del 24 maggio 2022, con cui è stato avviato il procedimento PS12323 nei confronti delle società Ariix Italy S.r.l., NewAge Beverages Inc. e Unstoppable Generation S.r.l.;

VISTI i propri provvedimenti ispettivi del 24 maggio 2022, con i quali sono stati disposti accertamenti ispettivi, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi di Ariix Italy S.r.l. e Unstoppable Generation S.r.l.;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Ariix Italy S.r.l. (di seguito "Ariix"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lett. b), del Codice del Consumo.

Ariix, controllata dalla società di diritto statunitense Ariix LLC, commercializza in Italia attraverso il sito <https://ariix.newage.com/> prodotti per il dimagrimento e la cura del corpo. Ariix LLC è parte del Gruppo NewAge.

Nell'esercizio 2021 ARIIX ha realizzato un fatturato per vendite in Italia pari a [30-40]* milioni di euro.

2. NewAge, Inc. (già NewAge Beverages Inc.) (di seguito "NewAge"), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lett. b), del Codice del Consumo. NewAge, con sede nel Colorado (USA), è il *registrant* del sito web <https://ariix.newage.com/> ed è titolare a livello globale del sistema di vendita NewAge, realizzato in Italia da Ariix. NewAge è attiva a livello globale nella distribuzione di prodotti dimagranti e per la cura del corpo.

Nel corso del 2021 ha realizzato un fatturato consolidato di circa [300-500] milioni di dollari. NewAge, unitamente ad altre società parte del Gruppo (tra le quali Ariix LLC, socio unico di Ariix) è stata ammessa alla procedura c.d. di "Chapter 11" ai sensi dello "United States Bankruptcy Code", a seguito di richiesta volontaria, avendo registrato una posizione debitoria totale di [100-150] milioni di dollari. In data 8 settembre 2022, le quotazioni delle azioni di NewAge sono state sospese dal mercato azionario di riferimento (il "NASDAQ")¹.

3. Unstoppable Generation S.r.l. (di seguito Unstoppable), in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lett. b), del Codice del Consumo. Il capitale sociale di Unstoppable è detenuto da tre persone fisiche. Unstoppable svolge attività di organizzazione di eventi, anche di carattere formativo.

Nel 2021 Unstoppable ha realizzato un fatturato pari a circa 118.000 euro.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dai professionisti, consistenti: **A)** nell'implementazione di un sistema di vendita c.d. "piramidale"; **B)** nella promozione, da parte degli incaricati alla vendita, dei prodotti ARIIX/NewAge attraverso i *social media* mediante modalità che non chiariscono adeguatamente la finalità commerciale dei messaggi pubblicati e il ruolo dell'incaricato; **C)** nell'immissione in commercio di due integratori ("Slendeeriz Gocce Day&Night" e "Tahitian Noni") in assenza della preventiva notifica al Ministero della Salute prevista dalle norme vigenti.

* [Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni]

¹ [La procedura di "Chapter 11" (assimilabile ad un concordato preventivo), è in fase di definizione, con il perfezionamento della vendita/cessione dei vari asset (tra i quali anche le partecipazioni azionarie di alcune delle società facenti parte del Gruppo, inclusa Ariix) e divisioni/settori aziendali.]

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

5. In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 26 maggio 2022 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio PS12323 per presunta violazione degli articoli 20, 21, 22 commi 1 e 2, 23, comma 1, lett. aa), i) e p), del Codice del Consumo. In tale sede, sulla base delle informazioni acquisite in atti², veniva ipotizzato che: A) Ariix e Unstoppable avessero implementato un sistema di vendite piramidale, in contrasto con il dettato dell'articolo 23, comma 1, lett. p), del Codice del Consumo; B) Ariix e Unstoppable avessero realizzato una forma di *marketing* occulto in quanto i venditori non chiarivano il proprio ruolo commerciale e non utilizzavano forme appropriate di *disclaimer*, in contrasto con gli artt. 20, 21, 22, commi 1 e 2, 23, comma 1, lett. aa), del Codice del Consumo; C) gli integratori citati fossero commercializzati senza aver superato gli specifici controlli da parte del Ministero della Salute normativamente previsti, in violazione degli artt. 20, 21, commi 1, lett. b), 3 e 4, e 23, comma 1, lettera i), del Codice del Consumo.
6. In data 26 maggio 2022 sono state effettuate verifiche ispettive presso la sede legale e la sede operativa di Ariix, nonché presso la sede legale ed operativa di Unstoppable.
7. Rispettivamente, nelle date del 21 e del 24 giugno 2022, Unstoppable e Ariix hanno depositato memorie e fornito le informazioni richieste nella Comunicazione di avvio del procedimento.
8. Ariix e Unstoppable hanno avuto accesso agli atti del procedimento nelle date del 13 giugno e del 26 ottobre 2022.
9. In data 15 settembre 2022 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.
10. In data 19 settembre 2022 le Parti hanno formulato un'istanza di proroga del termine infra-procedimentale di conclusione della fase istruttoria, che è stata accolta in data 21 settembre 2022, fissando al 7 novembre 2022 il termine di conclusione della fase istruttoria.
11. In data 7 novembre 2022 le Parti hanno prodotto memorie conclusive.

2) Le evidenze acquisite

i) Pratica sub A): il sistema di vendita "piramidale"

12. Nell'ambito della pratica in oggetto NewAge è il *registrant* del sito aziendale <https://ariix.newage.com>, dedicato alla vendita dei prodotti NewAge. Ariix, parte del Gruppo NewAge, è la società che attualmente cura la vendita di tali prodotti in Italia³, sia tramite il citato sito *web*, che attraverso una rete di oltre 40.000 "incaricati" alla vendita. In tale rete svolge un ruolo preminente la *community* che fa riferimento a Unstoppable, interamente dedicata alle vendite di prodotti NewAge/ARIIX⁴.

13. Sul sito <https://ariix.newage.com>, Ariix e NewAge promuovono l'ingresso nella rete di vendita come "Un sistema straordinario per trasformare il vostro ordinario", affermando, tra le altre cose, che "La nostra rete globale di Incaricati è impegnata nel proporre soluzioni per migliorare la salute e lo stile di vita di chiunque, ovunque. Se state pensando a come, anche voi, potreste trasformare la vostra vita fisicamente o dal punto di vista reddituale, non cercate oltre. NewAge ha il portafoglio di prodotti, la piattaforma digitale e il programma di monetizzazione perfetto per voi per migliorare questi aspetti, insieme a tanti altri. NewAge non è un tempo o un luogo, ma un nuovo modo di pensare, un nuovo modo di vivere, un nuovo modo di offrire, un nuovo modo di prosperare, un giorno nuovo e migliore - un modo nuovo e migliore".

La sezione "membership-rewards" del sito enfatizza poi i vantaggi ottenibili dall'acquisizione dello *status* di "incaricato" rispetto a quella di semplice cliente⁵ o di sottoscrittore⁶, perché permette di accedere a numerosi vantaggi tra cui bonus in danaro e commissioni; essa si conclude con l'invito "Unitevi al nostro team e guadagnate" (grassetto nell'originale) e mostra il tasto "Diventate un incaricato".

Nella sezione "social-network-marketing" si afferma: "**Valutata al 1° posto per Pay-out.** Ricompensandovi al massimo con una divisione equa dei profitti, il nostro piano compensi in attesa di brevetto è letteralmente la più pagante nel nostro ambiente. Le persone apprezzano e si fidano delle raccomandazioni degli amici più di tutte le altre forme di pubblicità. Questo è il modo attraverso cui vi consentiamo di trasformare i vostri follower, i "mi piace", le visualizzazioni e le recensioni in denaro sonante, utilizzando la nostra esclusiva linea di prodotti, nei luoghi e nei modi che preferite e con le persone che amate. Le vostre referenze sono un metodo molto semplice di diversificare le vostre fonti di reddito attraverso il potere della connessione tra esseri umani e quella digitale, con lo scopo di sbloccare

² [Cfr. doc. 1 agli atti del fascicolo.]

³ [Ariix è anche destinataria delle richieste di contatto da parte dei consumatori.]

⁴ [Cfr. Verbale ispettivo Unstoppable del 26 maggio 2022.]

⁵ [I "Clienti al dettaglio" sono consumatori non iscritti ad ARIIX che acquistano i prodotti al prezzo di vendita al pubblico.]

⁶ [I "sottoscrittori" o "Clienti preferenziali" sono consumatori iscritti ad ARIIX che possono accedere ad un prezzo scontato fino al 30% rispetto al prezzo di vendita al pubblico.]

potenziali guadagni mai immaginati.". Segue il link al Piano Compensi della società, che illustra le opportunità di reddito offerte.

14. Il vigente Piano Compensi di Ariix e NewAge (di seguito, il "Piano Compensi" o "PC")⁷ descrive le modalità di ingresso e di crescita all'interno del sistema di vendita in esame.

15. Il Piano Compensi prevede che l'Incaricato possa guadagnare sia dalla vendita diretta di prodotti New Age (lucrando sul margine tra prezzo di cessione all'incaricato e prezzo di vendita al pubblico), sia attraverso commissioni legate alle vendite effettuate da altri incaricati appartenenti alla rete di affiliati creata dall'incaricato stesso. Il Piano Compensi si sofferma a lungo sulle modalità di costruzione dei *team* di incaricati alle vendite, i quali possono essere aggiunti ad un *team* già esistente (c.d. "espansione verticale") ovvero possono essere posizionati su nuove linee (c.d. "espansione orizzontale").

16. L'ingresso nella rete di vendita (in qualità di neo-incaricati) è soggetto al versamento di una *fee* pari a 30 euro. Per realizzare gli obiettivi reddituali prospettati, il "neo-incaricato" deve attivare la sua c.d. "income position", attraverso l'acquisto di prodotti per 200 PV (ossia "punti valore")⁸.

17. Una volta attivata la propria posizione all'interno della rete, il neo venditore può scegliere il "livello di business" al quale ambire.

Il Piano prevede quattro "livelli di business" - che dal livello più basso al più elevato vengono denominati "Activated", "Business", "Elite" e "Ultimate". Ciascun livello di *business* raggiunto nelle prime quattro settimane dall'attivazione "sblocca benefici e vantaggi A VITA", secondo il seguente schema⁹:

Livello di business	Activated	Business	Elite	Ultimate
PV richiesti	200	500	1.000	1.500
Linee	2	3	4	5
Bonus Doppi	✓	✓	✓	✓
Power Re-Entry™	✓	✓	✓	✓
% Bonus Nuovo Volume	15%	20%	25%	30%
Status Gold*	✓	✓	✓	✓

*Ad eccezione di USA, Canada e Giappone

Fig. 1

18. Come emerge dalla precedente Figura 1, il "Livello di Business" raggiunto dipende sia dal fatturato ottenuto nelle prime quattro settimane (ossia, "PV richiesti" in Fig. 1), sia dall'ampiezza della rete degli affiliati del singolo incaricato nel medesimo periodo (ossia il numero di "Linee" attivate in Fig. 1). Sulla base di tali parametri è determinata la commissione - il c.d. "Bonus Nuovo Volume" - che ciascun incaricato percepirà "sugli acquisti effettuati da nuovi clienti e Incaricati alle Vendite durante le loro prime quattro settimane".¹⁰ Più elevato il livello di *business* raggiunto nelle prime 4 settimane - in termini di nuove vendite generate e di nuove linee attivate - maggiore il Bonus percentuale riconosciuto all'incaricato. Inoltre, livelli di *business* più elevati permettono di sbloccare vantaggi aggiuntivi (bonus doppi, Power Re-Entry, Status Gold).

19. Il Piano Compensi confronta le commissioni ottenibili dalla vendita di 100 PV di prodotti ad un nuovo cliente da parte di un incaricato posizionato al livello iniziale ("Activated") e quello di un incaricato che si trovi al livello di *business* più elevato ("Ultimate"): il primo otterrà da tale transazione un guadagno pari a 15 dollari, il secondo guadagnerà invece 30 dollari dalla medesima operazione (cfr. Fig. 2):

⁷ [Documento denominato "NAB_Compensation Plan PPT_10-2021_EU-ITA_v03" acquisito presso la sede operativa di Ariix a Seregno (MB).]

⁸ [1 PV corrisponde a circa 1 dollaro.]

⁹ [L'espansione della rete può avvenire aggiungendo i nuovi affiliati a team esistenti (c.d. "espansione verticale") ovvero posizionandoli su nuove linee man mano che diventano disponibili (c.d. "espansione orizzontale").]

¹⁰ [Il vigente Piano Compensi specifica che il "Bonus Nuovo Volume" sostituisce il precedente "Bonus Team Lead", di cui alla Comunicazione di Avvio.]



Fig. 2

20. Periodicamente, inoltre, Ariix offre agli incaricati la possibilità di qualificarsi ad un livello di *business* più elevato, a seconda della *performance* realizzata in un determinato periodo di quattro settimane¹¹.

21. Il Piano Compensi prevede la possibilità di guadagnare anche dalle vendite effettuate regolarmente dagli affiliati dell'Incaricato, attraverso la c.d. "Commissione di Base". Si tratta di uno strumento che consente all'incaricato di "ricevere pagamenti, settimana dopo settimana" nella forma di una commissione del 15% sulle vendite realizzate (o sugli acquisti in auto-consumo effettuati) dai soggetti che compongono le linee attivate. Il Piano Compensi prospetta la possibilità di ottenere fino a 2.000 \$ di commissioni a settimana per ciascuna Linea attivata¹².

22. Gli incaricati che si qualificano per il livello di *business* "Ultimate" possono accedere a un ulteriore strumento di guadagno collegato all'ampiezza della rete di affiliati, rappresentato dal c.d. "matching bonus". Tale bonus consente a ciascun incaricato di guadagnare "una % da TUTTE le Commissioni di base dei tuoi team, fino alla settimana "generazione" di Incaricati alle vendite, "inclusi gli incaricati che sponsorizzi e quelli che loro sponsorizzano!".

23. Il Piano Compensi prevede infine un "requisito qualificante" per mantenere attiva la propria posizione all'interno della rete di vendita, consistente nel realizzare un "fatturato minimo" di 100 PV ogni quattro settimane. In caso di mancato raggiungimento di tale soglia, la posizione dell'incaricato verrà disattivata e non gli sarà possibile ottenere alcun tipo di remunerazione sulle vendite dei propri affiliati.

La piattaforma a disposizione degli Incaricati contiene una apposita funzione, detta "Autoship", che si imposta in modo da effettuare un ordine automatico e ricorrente ogni 4 settimane. Tale ordine "andrebbe impostato idealmente nella settimana di qualifica. In questo modo vi assicurerete di essere sempre attivi!", evitando di perdere il diritto alle commissioni¹³.

24. I PV richiesti per i diversi livelli di *business* e per soddisfare il suddetto "requisito qualificante" possono essere accumulati "vendendo o acquistando prodotti NewAge". Più specificamente, al raggiungimento di ciascun target concorrono i PV ottenuti dalla "vendita di prodotti a Clienti al dettaglio o Clienti preferenziali", nonché gli acquisti in autoconsumo.

25. Dai dati forniti da Ariix e NewAge risulta che il [50-55%] delle vendite totali realizzate da ARIIX nel 2021 è rappresentato da acquisti effettuati "in autoconsumo" da soggetti appartenenti alla rete di vendita. La quota di acquisti attribuibile al mercato esterno alla rete di vendita è invece pari al [45-50%].

ii) Pratica sub B): il marketing occulto

26. La seconda contestazione oggetto del procedimento concerne la promozione, da parte degli incaricati alla vendita, dei prodotti ARIIX/NewAge attraverso i *social media* mediante modalità che non chiariscono adeguatamente la finalità commerciale dei messaggi pubblicati e il ruolo dell'incaricato.

27. Al riguardo rileva il documento rinvenuto presso la sede operativa di Ariix a Seregno (MB) e denominato "LADY NETWORK-Azioni giornaliere su Instagram"¹⁴. Il documento, destinato ai venditori appartenenti al gruppo delle c.d. "Lady Network" (un importante "sottogruppo" degli aderenti alla *community* di Unstoppable che conterebbe circa 22.000 membri) illustra sinteticamente le modalità di comportamento da tenere principalmente su *Instagram* e, più in generale, sui diversi *social media*.

28. Si tratta di indicazioni assai puntuali, a partire dall'opportunità di scrivere "2-3 POST AL GIORNO", cercando di inserire i giusti argomenti ("gli # giusti") e di fare descrizioni "corte, no prolisse (60-120 caratteri)". Le c.d. "stories"¹⁵ di *Instagram*, secondo il documento, rappresentano "il modo più immediato, e anche il più divertente, per mostrare la vera te (nella tua quotidianità) a chi ti segue". Il documento prosegue specificando che "nelle stories puoi - e devi - permetterti di essere più vera" (enfasi aggiunta).

29. Quanto agli argomenti da affrontare nelle *stories*, il documento suggerisce alcuni temi che non dovrebbero mancare e, tra questi: "Le tue nuove abitudini (alimentari e non, mostra cosa stai cucinando, qual è la tua routine di bellezza al mattino, la sera, ecc....)". Il passaggio si chiude con l'osservazione che "Le storie sono il posto giusto per

¹¹ [Cfr. Memoria Ariix del 7 novembre 2022.]

¹² [Il Piano prevede che in questo caso qualsiasi differenza residua viene trasferita al Periodo di commissioni successivo.]

¹³ [Cfr. doc. "Training Autoship", acquisito nell'ispezione presso Ariix Italia.]

¹⁴ [Cfr. documento denominato "Fw_ 2 file azioni" nell'indice del fascicolo.]

¹⁵ [Le *Instagram Stories*, o *Storie di Instagram*, sono testi, foto e brevi video (dalla durata massima di 15 secondi) inseribili nel proprio profilo su *Instagram* in una sezione dedicata, dove restano visibili per 24 ore.]

raccontare come ti trovi con i prodotti che usi, puoi mostrarli e far vedere che tu per prima li utilizzi e come lo fai" (enfasi aggiunta). In altri termini, occorre mostrare "La tua quotidianità anche se non è perfetta" (enfasi aggiunta).

30. Un ulteriore suggerimento, finalizzato a rintracciare potenziali nuovi clienti, consiste nel fare una "ricerca per #" (ossia per argomenti), considerato "il modo più semplice per interagire con persone che hanno i tuoi stessi interessi". L'obiettivo deve essere quello di farsi notare "da persone che sono potenzialmente già interessate a quello che tu condividi regolarmente"; nel caso in cui "non si crea un'interazione nei 5 giorni successivi" al primo contatto, si suggerisce di abbandonarlo e di spostarsi su altri potenziali clienti.

31. Un secondo documento, denominato "LADY NETWORK - Azioni giornaliere - Planning"¹⁶, invita i membri del gruppo Facebook a proporre "il business alle tue amicizie che ritieni abbiano un bel profilo". Ancora una volta, vengono date indicazioni precise su come intervenire sui social media al fine di ampliare il più possibile la rete dei potenziali venditori. A tal proposito, il manuale invita i membri del gruppo ad attenzionare quotidianamente "i profili delle tue amicizie [...] e laddove trovi un profilo interessante [...] mostrale l'opportunità"¹⁷ mandando questo messaggio: "Ciaooo bella, come staiiii? È da un po' che ti osservo e oggi ho deciso di provare a chiedertelo, che tanto ad essere coraggiose non si fa mai male :) ... cosa mi risponderesti se ti dicessi che ti vorrei nel mio teaaam?".

32. La declinazione delle indicazioni fornite da Ariix nelle linee guida emerge ad esempio in alcuni post in atti, nei quali i venditori si presentano come semplici consumatori e riportano la loro esperienza personale di un "percorso" di dimagrimento (cfr., a titolo esemplificativo, le immagini in fig. 3):

(versione omissata)



Fig. 3

33. Come può evincersi dalle immagini che precedono, in entrambe le stories, coerentemente con le indicazioni delle linee guida Ariix, le venditrici cercano di "mostrare la vera te (nella tua quotidianità)", facendo riferimento ad episodi di vita privata ("dieta del minestrone", "disperazione più totale", ecc.).

L'unica indicazione dei legami esistenti tra Ariix e le autrici dei post è l'hashtag #ariix.

¹⁶ [Cfr. documento "Fw_ 2 file azioni" cit.]

¹⁷ [Si fa riferimento all'"opportunità di vendita diretta", ossia all'entrata nella rete NewAge come Incaricato alle vendite.]

Segue: il ruolo di Unstoppable

34. Unstoppable Generation s.r.l. organizza eventi destinati agli incaricati alla vendita di Ariix, tra cui i membri della "community" Unstoppable Generation; tutti membri di tale *community* sono infatti venditori Ariix¹⁸.

In particolare, la società ha organizzato la *convention* di lancio dell'attività di Ariix in Italia¹⁹, tenutasi nell'ottobre 2019.

35. I soci di Unstoppable sono Incaricati alle vendite di Ariix, in virtù di contratti stipulati a titolo personale con quest'ultima e sono membri della *community* Unstoppable Generation.

iii) Pratica sub C): la vendita di prodotti senza autorizzazione ministeriale

36. La terza contestazione oggetto del procedimento riguarda l'immissione in commercio di due integratori ("Slenderiz Gocce Day&Night" e "Tahitian Noni") in assenza della preventiva notifica al Ministero della Salute prevista dalle norme vigenti.

37. Nell'ambito del procedimento istruttorio è emerso che tali prodotti sarebbero stati notificati al Ministero della Salute con le denominazioni "Day pre-meal drops" (codice 114929) e "Night soothing bedtime drops" (codice 114931) e, di conseguenza, sarebbero inseriti nell'elenco degli integratori notificati²⁰.

38. È inoltre emerso che il prodotto denominato "Tahitian Noni" non è un integratore alimentare, ma piuttosto una "bevanda pastorizzata aromatizzata prodotta con diversi succhi di frutta".

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEI PROFESSIONISTI

IV.1 Le argomentazioni di ARIIX e New Age

39. I professionisti contestano quanto affermato nella comunicazione del termine conclusivo della fase istruttoria secondo cui il sistema di vendite in esame si alimenterebbe con il contributo dei partecipanti/aderenti alla rete di vendita, rilevando in merito che il contributo di tali soggetti sarebbe stato limitato, nel 2021, a circa [0-5] milioni di euro, ossia un importo non in grado di finanziare l'intero sistema di vendite e remunerazioni; infatti, le provvigioni complessivamente erogate agli incaricati (nel 2021) sono state pari a [10-30] milioni di euro, ossia un importo "pressoché coincidente" con quello relativo alle vendite di prodotti NewAge/Ariix a terzi consumatori finali/clienti, pari, sempre nel 2021, a [10-30] milioni di euro. Di conseguenza, sarebbe "evidente come quello di Ariix/NewAge sia un sistema che si finanzia -e che è finanziariamente in grado di erogare provvigioni agli incaricati- sulla base delle vendite di prodotti".

40. ARIIX e NewAge osservano che un sistema "piramidale", secondo i criteri individuati dalla Corte di Giustizia Europea²¹, "è caratterizzato dal fatto che la sua perpetuazione richiede l'adesione di un numero sempre crescente di nuovi partecipanti onde finanziare i corrispettivi versati ai membri già presenti. Esso implica altresì che gli aderenti più recenti sono meno suscettibili di ricevere un corrispettivo a fronte della loro partecipazione. Tale sistema cessa di essere redditizio allorché la crescita del numero degli aderenti, che teoricamente dovrebbe tendere all'infinito affinché il sistema perduri, non basta più a finanziare i corrispettivi promessi a tutti i partecipanti"²².

41. A detta delle due società "nulla di tutto ciò avviene nel sistema NewAge/Ariix", altrimenti non si giustificerebbero i cospicui importi erogati nel 2021 ai componenti della propria rete di vendita a titolo di provvigioni (cfr. *supra*); provvigioni che verrebbero finanziate dalle vendite di prodotti Ariix/NewAge, e non con la mera "crescita del numero degli aderenti".

42. I professionisti hanno prodotto dati dai quali emergerebbe che Ariix e NewAge "svolgono un'effettiva attività commerciale" dei loro prodotti. In questa prospettiva, essi osservano che il valore degli acquisti *pro capite* per ciascuno degli incaricati alle vendite è quantificabile, nel 2021, in [0-1.000] euro (IVA inclusa) su base annua²³, corrispondenti ad appena [0-50] euro (IVA inclusa) mensili. Tale esiguo esborso mensile non sarebbe neppure sufficiente, da solo, a far raggiungere il requisito qualificante previsto dal Piano Compensi (ossia i 100 PV, corrispondenti a circa 100 Euro, ogni quattro settimane), con la conseguenza per cui i restanti [50-100] euro sarebbero necessariamente "rappresentati da vendite a clienti/consumatori finali di Ariix/NewAge intermedie dal singolo incaricato".

43. Tanto premesso, a detta di ARIIX non sarebbero emersi elementi che indichino la sussistenza di un'infrazione, ai sensi dell'articolo 23, comma 1, lett. p), del Codice del Consumo.

¹⁸ [Cfr. Verbale ispettivo Unstoppable del 26 maggio 2022.]

¹⁹ [Cfr. Verbale ispettivo Unstoppable del 26 maggio 2022 e risposta alla richiesta di informazioni del 21 giugno 2022.]

²⁰ [I prodotti "Day pre-meal drops" e "Night soothing bedtime drops" sono rinvenibili a pag. 147 dell'elenco degli integratori notificati per impresa notificatrice, al sito https://www.salute.gov.it/portale/temi/documenti/integratori/registro_integratori_per_impresa.pdf.]

²¹ [Cfr., ex plurimis, Corte di Giustizia Europea, Sentenza in data 3/4/2014, nella causa C-515/12 - "4Finance", paragrafo 22.]

²² [Cfr. Sentenza Corte di giustizia cit.]

²³ [Tale valore è ottenuto dividendo l'importo degli acquisti per autoconsumo (pari a [10-30] milioni di euro, secondo i dati comunicati nella memoria del 7 novembre 2022) per il numero di incaricati alle vendite (pari a oltre [30.000-50.000] persone).]

In ogni caso, le società ARIIX e NewAge, "alla luce dell'oggettiva incertezza del quadro normativo e della linea di demarcazione tra vendita piramidale e "lecito" marketing multilivello", comunicano che stanno valutando di introdurre alcune modifiche al Piano Compensi.

44. Quanto alla pratica *sub B)*, i professionisti osservano anzitutto come la medesima contestazione si fonderebbe unicamente su due documenti, allegati a un'e-mail, che conterrebbero – secondo la comunicazione del termine conclusivo della fase istruttoria - indicazioni di comportamento sui *social media* rivolte agli incaricati alle vendite Ariix aderenti al gruppo *social* denominato "Lady Network".

45. La comunicazione del termine conclusivo della fase istruttoria difetterebbe di elementi che possano far ritenere che le suddette *slide* siano state effettivamente utilizzate dagli incaricati come punto di riferimento nell'ambito della propria attività sui *social network*. Difatti, le indicazioni contenute nelle *slide* non riguarderebbero le modalità di promozione dei prodotti da parte degli incaricati, ma si limiterebbero a fornire consigli indirizzati a guidare gli incaricati nel percorso di ampliamento della propria rete di contatti sui *social network*.

46. Ariix e NewAge hanno sottolineato che gli incaricati sono tenuti a palesare le finalità commerciali e pubblicitarie perseguite in qualsiasi comunicazione di carattere commerciale volta a sponsorizzare i prodotti Ariix/NewAge.

Infatti, l'articolo 9.6 del Contratto regolante il rapporto di incaricato con Ariix prevede l'obbligo di ciascun incaricato – al primo contatto con qualsivoglia potenziale cliente – di "immediatamente: (a) presentarsi con il proprio nome e cognome; (b) far presente di essere un Incaricato e fornire informazioni relative ai Prodotti e – qualora richiesto – l'Opportunità; (c) far presente lo scopo di tale contatto, ossia la promozione della vendita dei Prodotti e/o l'introduzione alla -o l'illustrazione della- Opportunità" (intendendosi per "Opportunità" l'"opportunità di vendita diretta", ossia la possibilità di diventare un Incaricato alle vendite Ariix). Inoltre, l'articolo 2.4.1 del Policy Manual ribadisce che "I Brand Partner devono indicare chiaramente quanto segue nei loro annunci: (a) i Brand Partner devono chiaramente indicare il proprio nome, (b) "Brand Partner di NewAge", (c) "(inserire il marchio qui) è un marchio di NewAge, Inc e delle sue affiliate".

47. I professionisti rilevano che l'istruttoria avrebbe trascurato quei documenti dai quali emergerebbe l'impegno profuso dai medesimi nella attività di *compliance*, con l'obiettivo di assicurare che gli incaricati rispettino l'obbligo di fornire chiara indicazione ai consumatori della propria qualifica e delle finalità commerciali perseguite. In tale prospettiva, ad esempio, il documento denominato "ID7719894 claim post Facebook Instagram"²⁴ riporta lo scambio di email tra l'ufficio *compliance* di Ariix e un'incaricata, cui viene richiesto di apportare una serie di correzioni ai propri post su Instagram e Facebook. Più specificamente, l'ufficio *compliance* di Ariix chiede che "Deve essere inserito il logo di Incaricato alle Vendite di Ariix, oppure Inserire #IndependentRepresentative sempre nella parte iniziale della pagina e i suoi dati di contatto nome, cognome".

48. Ariix e NewAge hanno rimarcato le iniziative già intraprese nelle attività di *compliance*. Più specificamente, Ariix: (i) si è impegnata nell'assicurare un'adeguata e costante formazione ai propri incaricati, tramite l'organizzazione di *training online*, nonché di *webinar* formativi organizzati con cadenza mensile; (ii) predispone *newsletter* periodiche a beneficio degli incaricati, nelle quali – relativamente alla creazione e diffusione di contenuti su *social network*, siti *internet* e *blog* - è ribadito l'obbligo di rendere manifesta la propria qualifica di incaricato, utilizzando ad esempio l'hashtag "#NewAgeBrandPartner" o "#ARIIXIndependentRepresentative", nonché il divieto di esporre *claim* scorretti rispetto alle proprietà dei prodotti o vantii rispetto ai guadagni conseguiti tramite l'attività di venditore; (iii) si è dotata di un adeguato sistema di monitoraggio di possibili condotte contrarie alle *policies*, nonché di un apparato sanzionatorio idoneo a reprimere le eventuali violazioni, la cui operatività è affidata ad una apposita funzione all'interno delle due società.

49. Infine, a detta di Ariix e NewAge la fattispecie in esame sarebbe molto diversa da quella esaminata e sanzionata dall'Autorità nel caso PS11050 - GRUPPI SEGRETI FACEBOOK- PRODOTTI JUICE PLUS+²⁵. Infatti, nel caso in esame non vi sarebbero evidenze che Ariix/NewAge abbiano in alcuna occasione suggerito o tantomeno espressamente invitato gli incaricati a dissimulare nei confronti dei consumatori l'intento promozionale delle attività svolte sui *social network*.

IV.2 Le argomentazioni di Unstoppable

50. In via preliminare, Unstoppable osserva che, contrariamente a quanto si assume nella comunicazione del termine conclusivo della fase istruttoria, non vi è alcun legame, di qualsiasi natura, tra la società Unstoppable Generation S.r.l., destinataria della comunicazione del termine conclusivo della fase istruttoria, e la *community* denominata "Unstoppable Generation" (di seguito, la "Community"), che avrebbe partecipato alla commissione dei presunti illeciti²⁶.

51. Infatti, Unstoppable Generation S.r.l. non ha rapporti commerciali, se non per l'organizzazione di eventi, né con Ariix/NewAge, né tantomeno con gli incaricati alle vendite e, dunque, non sarebbe coinvolta ad alcun titolo nella vendita dei prodotti Ariix/NewAge.

²⁴ [Cfr. documento 15.2.14 di cui all'indice del fascicolo.]

²⁵ [Cfr. Provvedimento n. 27612 del 27 marzo 2019 relativo al caso PS11050 - GRUPPI SEGRETI FACEBOOK- PRODOTTI JUICE PLUS+.]

²⁶ [Peraltro, la Community non sarebbe qualificabile come un'entità giuridica, essendo composta dalle migliaia di utenti che operano sui social media in totale autonomia ed a titolo meramente personale.]

52. Il professionista rileva inoltre che la *Community* non ha nulla a che vedere con la società Unstoppable, “*se non la mera denominazione sociale*”, essendo composta esclusivamente da incaricati alle vendite di Ariix e non di Unstoppable.

53. Inoltre, la *Community* “*esiste ed è attiva sui social media dal 2013, ben prima della costituzione della società Unstoppable Generation S.r.l., avvenuta nel 2016*”²⁷: la *Community*, pertanto, non solo non sarebbe stata “fondata” da Unstoppable, ma sarebbe un soggetto del tutto autonomo rispetto a quest’ultima e sarebbe costituita da soggetti completamente indipendenti da Unstoppable, in quanto incaricati alle vendite di Ariix.

V. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

54. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa tramite *internet*, in data 8 novembre 2022 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

55. Con parere pervenuto in data 29 novembre 2022, la suddetta Autorità ha rilevato che *internet* è uno strumento idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in esame. Nel caso di specie, infatti, i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dai Professionisti, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori i quali, sulla base delle informazioni ricevute tramite i *social media* ovvero lette nel Sito *web* dei Professionisti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità promozionale delle comunicazioni su citate.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

VI.1 Questioni preliminari: la responsabilità delle Parti

56. Le condotte sopra descritte *sub A)* e *B)* integrano distinte pratiche commerciali scorrette, ai sensi degli artt. 20, 21, 22, comma 1 e 2, 23, comma 1, lett. aa) e p) del Codice del Consumo.

57. Devono considerarsi responsabili delle suddette pratiche Ariix e NewAge. NewAge è la società a capo dell’omonimo gruppo internazionale cui appartiene, tra le altre, Ariix LLC, socio unico di Ariix. Inoltre, NewAge è il *registrant* del sito *web* <https://ariix.newage.com/>, ed è titolare a livello globale del sistema di vendita NewAge. Tale sistema è stato realizzato in Italia da Ariix. Ariix definisce il piano compensi e le linee guida di comportamento degli incaricati di vendita e fornisce a questi ultimi indicazioni volte all’espansione della rete di vendita.

58. Per ciò che concerne Unstoppable Generation S.r.l., dalle risultanze istruttorie è emerso che essa non è coinvolta nell’attività di vendita dei prodotti Ariix/NewAge ed è un soggetto giuridicamente distinto dalla *community* denominata “Unstoppable Generation”, costituita da venditori di Ariix.

Allo stato, sulla base degli elementi in atti, deve quindi ritenersi che Unstoppable Generation S.r.l. sia estranea alle condotte oggetto del presente procedimento.

VI.2 Valutazioni

Pratica A)

59. Il sistema di vendite Ariix/NewAge è un sistema di vendita multilivello che viene presentato come in grado di “*migliorare la salute e lo stile di vita di chiunque, ovunque*” ovvero prospettando importanti prospettive “*dal punto di vista reddituale*”.

Il sito ufficiale dei professionisti, nel presentare le opportunità di guadagno aperte a coloro che decidono di diventare incaricati alla vendita di Ariix, sottolinea come tali guadagni derivino anche dalla possibilità “*di trasformare i vostri follower, i “mi piace”, le visualizzazioni e le recensioni in denaro sonante [sfruttando] il potere della connessione tra esseri umani e quella digitale, con lo scopo di sbloccare potenziali guadagni mai immaginati*”.

60. Il Consiglio di Stato²⁸ ha recentemente richiamato i principi delineati dalla Corte di Giustizia²⁹ in merito ai sistemi di vendita c.d. “piramidali”, ribadendo in particolare che sono vietati i «*sistemi di promozione a carattere piramidale*», ai sensi dell’allegato I, punto 14, della direttiva 2005/29³⁰, in presenza di tre precise condizioni cumulative, ossia che: 1) “*la promozione sia basata sulla promessa che il consumatore avrà la possibilità di realizzare un beneficio economico*”; 2) “*l’avveramento di tale promessa dipende dall’ingresso di altri consumatori in un siffatto sistema*”; 3) “*la parte più consistente delle entrate che consentono di finanziare il corrispettivo promesso ai consumatori non risulta da un’attività economica reale*”, quanto piuttosto dal continuo ingresso di nuovi partecipanti che di fatto “alimenta” e sostiene tutto il sistema.

61. Nel caso di specie ricorrono le suddette condizioni per la configurabilità di un sistema di vendita “piramidale”. Ariix, infatti, prospetta l’adesione al proprio sistema di vendita come un sistema per “*trasformare la vostra vita fisicamente o dal punto di vista reddituale*” e “*sbloccare potenziali guadagni mai immaginati*”, grazie allo sfruttamento

²⁷ [Cfr. Verbale ispettivo Unstoppable del 26 maggio 2022, pag. 3.]

²⁸ [Cfr. Consiglio di Stato, sez. VI, 30 gennaio 2020, n. 321, inerente al procedimento PS8202-Organo Gold Italia.]

²⁹ [Cfr. Sentenza della Corte di Giustizia del 3 aprile 2014, C-515/12, punto 20.]

³⁰ [Direttiva 2005/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno.]

della propria rete *social* (cfr. *supra*, § 13). Il Piano Compensi sopra sinteticamente descritto viene poi presentato come il "più pagante nel nostro ambiente".

62. L'avveramento delle prospettive di guadagno dipende dall'ingresso di altri consumatori. Il Piano Compensi, infatti, prevede strumenti di remunerazione (bonus nuovo valore, commissione di base, *matching bonus*, ecc.) che incentivano la creazione di nuove linee di vendita e l'ampliamento di quelle esistenti al fine di lucrare sulle vendite realizzate dai propri affiliati. I guadagni prospettati a ciascun Incaricato appaiono dunque direttamente proporzionali all'ampiezza della rete che ciascuno di essi è in grado di creare, oltre che alle vendite a clienti terzi.

Gli stessi suggerimenti forniti ai venditori attraverso i documenti concernenti le modalità di comportamento sui *social media* orientano ad espandere il numero dei propri affiliati piuttosto che la vendita dei prodotti.

63. I dati forniti da Ariix indicano che il [50-55%] delle vendite totali realizzate dalla società nel 2021 è rappresentato da acquisti attribuibili a soggetti appartenenti alla rete di vendita, mentre la quota di acquisti attribuibile al mercato esterno alla rete di vendita si ferma al [45-50%].

Emerge quindi che oltre la metà delle entrate di Ariix proviene non da un'"attività economica reale" - ossia da vendite a consumatori esterni alla rete di vendita - bensì dall'autoconsumo di soggetti appartenenti alla stessa rete.

64. La rilevanza degli acquisti in autoconsumo per la sostenibilità economica del sistema di vendita in esame non può essere sottovalutata, come invece fanno i professionisti quando sostengono che "quello di Ariix/NewAge [è] un sistema che si finanzia - e che è finanziariamente in grado di erogare provvigioni agli incaricati - sulla base delle vendite di prodotti; diversamente, non sarebbe stato certo possibile liquidare oltre [10-30] milioni di euro di provvigioni nel solo 2021!".

Al riguardo, si osserva che le provvigioni rappresentano soltanto una parte dei costi complessivi di Ariix, che è stimabile in poco più del [40-60] % ove si assuma che i costi complessivi nel 2021 siano pari a quelli del 2020³¹. Seguendo l'argomentazione dei professionisti, secondo cui i ricavi da vendite a terzi ([10-30] milioni di euro) coprono le provvigioni ([10-30] milioni di euro), i rimanenti costi del sistema di vendita (i costi di acquisto/fabbricazione dei prodotti, pari nel 2020 a 11,5 milioni di euro, nonché i costi per servizi diversi dalle provvigioni, stimabili in oltre [0-5] milioni di euro³²) non possono che essere coperti dai ricavi per acquisti in auto-consumo (pari a [10-30] milioni di euro). Pertanto, ove non vi fossero questi ultimi ricavi, il sistema di vendita Ariix non sarebbe economicamente sostenibile, perché le vendite a terzi sarebbero sufficienti a coprire soltanto poco più della metà dei costi di Ariix³³.

Ne deriva che i ricavi da autoconsumo sono fondamentali per assicurare la sostenibilità economica del sistema di vendita Ariix/NewAge.

Poiché i ricavi da autoconsumo sono direttamente correlati al numero degli aderenti al sistema, si può dunque concludere che la sua sostenibilità economica dipende strettamente dagli ingressi nel sistema stesso. Di qui, infatti, le inequivocabili sollecitazioni al reclutamento di nuovi incaricati.

65. I professionisti, inoltre, per negare il peso dell'auto-consumo nel sistema di vendite in esame utilizzano un'argomentazione intrinsecamente contraddittoria, secondo cui il valore degli acquisti *pro capite* mensile ([0-50] euro) non sarebbe neppure sufficiente a far raggiungere il requisito qualificante previsto dal Piano Compensi (ossia 100 PV, corrispondenti a circa 100 Euro, ogni quattro settimane). Ciò posto, si osserva che replicando il ragionamento proposto dalle Parti, si può mostrare che neanche le vendite medie mensili a terzi effettuate da ciascun incaricato consentirebbero il raggiungimento del requisito qualificante di cui sopra: infatti, le vendite mensili a terzi per Incaricato risultano inferiori a 50 PV, con la conseguenza che l'Incaricato dovrebbe effettuare ogni mese un autoconsumo superiore alle vendite a terzi per soddisfare il requisito qualificante³⁴.

In realtà, la predisposizione di un'apposita funzione "Autoship" per effettuare in modo automatico l'ordine - che assicura il soddisfacimento del requisito qualificante - conferma da sola l'importanza dell'autoconsumo nel sistema di vendita Ariix.

66. Pertanto, il sistema di vendita Ariix/NewAge possiede i connotati di un sistema "piramidale", in contrasto con il dettato dell'articolo 23, comma 1, lett. p), del Codice del Consumo.

Pratica B)

67. I *post* su Facebook e Instagram presenti in atti (cfr. *fig. 3*) si presentano come la narrazione dell'esperienza personale di consumatori che hanno assunto i prodotti Ariix/NewAge ottenendone benefici. I *post* declinano nel

³¹ [Il bilancio 2021 di Ariix non è stato ancora approvato. Nel bilancio 2020 i costi complessivi sono stati pari a circa 34 milioni di euro (al lordo della variazione delle rimanenze, che è negativa). Dividendo l'importo delle provvigioni pagate nel 2021 ([10-30] milioni di euro) per il totale dei costi 2020 si ottiene la percentuale riportata nel testo.]

³² [Poco meno del 34% dei costi complessivi 2020 (al lordo della variazione delle rimanenze) era rappresentato dai costi di acquisto/fabbricazione dei prodotti. Il 65% di tali costi era rappresentato da "Costi per servizi", che includono, oltre alle provvigioni agli Incaricati, i costi di telefonia, elettricità, pubblicità, eventi formativi, i compensi ad amministratori ecc. Il rimanente era costituito dal costo del lavoro e da altre voci minori.]

³³ [Assumendo tali costi pari a circa 34 milioni di euro, come nel bilancio 2020.]

³⁴ [Infatti, dividendo l'importo delle vendite a terzi nel 2021 (pari a [10-30] milioni di euro, secondo i dati riportati nei punti 27 e 35 della memoria del 7 novembre 2022) per il numero di incaricati alle vendite (pari a oltre [30.000-50.000] persone), si ottiene il valore di [0-1.000] euro, pari a [0-50] euro su base mensile: le vendite medie mensili a terzi non consentirebbero ad un incaricato di soddisfare il requisito minimo e sarebbe dunque necessario ricorrere all'autoconsumo per oltre metà di tale requisito.]

concreto le indicazioni e i suggerimenti che Ariix fornisce nei suoi documenti ai venditori, che, pertanto, non si qualificano come tali sui *social network* utilizzati.

Infatti, ad indurre i venditori a non manifestare la finalità commerciale del contatto con il consumatore è proprio la strategia di vendita adottata da Ariix, che nelle linee guida incentiva la condivisione di esperienze di consumo non necessariamente autentiche.

68. Dalle indicazioni fornite da Ariix ai propri venditori emerge che gli stessi sono invitati a proporsi essenzialmente come consumatori, facendo largo uso dei *social network*, costruendo la propria immagine pubblica di venditore/consumatore, senza insistere sulla necessità di palesare le finalità commerciali e pubblicitarie perseguite, al fine di reclutare nuove adesioni.

69. L'utilizzo da parte dei venditori di registri comunicativi che creano commistione tra l'ambito privato e professionale e dissimulano l'intento promozionale delle informazioni condivise sui *social media* costituisce una fattispecie di pratica commerciale considerata in ogni caso ingannevole ai sensi dell'articolo 23, lettera aa), del Codice del Consumo.

70. Si tratta di una tecnica promozionale che si avvale della minor attenzione e del minor grado di approfondimento propri dei canali di comunicazione *social*, per aggirare i naturali meccanismi di difesa e reazione dei consumatori.

71. Nelle proprie difese i professionisti hanno sostenuto che gli incaricati sono tenuti a palesare le finalità commerciali perseguite in qualsiasi comunicazione di carattere commerciale, ai sensi dell'articolo 9.6 del Contratto regolante il rapporto di incaricato con Ariix e ai sensi dell'articolo 2.4.1 del Policy Manual.

In realtà, il contenuto delle clausole citate appare contraddetto dai *post* agli atti e dalle Linee Guida del gruppo "Lady Network", dai quali emerge una equivoca commistione tra il ruolo di consumatore e il ruolo di venditore degli Incaricati Ariix.

Nei *post*, l'indicazione a fondo pagina dell'hashtag *#ariix* – peraltro insieme ad un gran numero di altri *hashtag* – non è idonea a disvelare il contesto nel quale avviene l'interazione *social*: un venditore che si rappresenta come consumatore per promuovere l'adesione al sistema Ariix e la vendita dei prodotti Ariix/NewAge.

Le "Linee Guida" del gruppo Lady Network suggeriscono modalità di strutturazione dei *post* e delle interazioni *social* (commenti ai *post*, *likes*, decisione di seguire o meno un certo profilo, gestione dei *follower* ecc.) che consapevolmente confondono il piano dell'esperienza personale e della genuina interazione sociale con quello commerciale volto a individuare persone che potrebbero essere inseriti nella rete di vendita e consumo dei prodotti Ariix/NewAge.

72. In conclusione, l'assenza o l'inadeguatezza di indicazioni volte a segnalare l'intento commerciale delle suddette comunicazioni risultano in contrasto con gli artt. 20, 21, 22, comma 1 e 2, 23, comma 1, lett. aa), del Codice del Consumo.

Pratica C)

73. Dagli elementi acquisiti non ha trovato, invece, conferma la contestazione circa la commercializzazione dei prodotti "Slenderiz Gocce Day&Night" e "Tahitian Noni" in mancanza della prescritta notifica al Ministero della Salute.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

74. 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.

75. In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come in presenza di una pluralità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 6232 del 15 ottobre 2020).

76. 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.

77. Con riferimento alla dimensione economica dei professionisti, si rileva che NewAge Inc. è attiva a livello globale nella distribuzione di prodotti dimagranti e per la cura del corpo e nel corso del 2021 ha realizzato un fatturato consolidato di circa [300-500] milioni di dollari. La società è stata ammessa alla procedura prevista dal Chapter 11 dello United States Bankruptcy Code, avendo registrato una posizione debitoria di oltre 100 milioni di dollari.

Ariix Italy S.r.l. cura la vendita dei prodotti NewAge sul territorio italiano e gestisce il sistema di vendita oggetto del presente procedimento. Nel corso del 2021 ha realizzato in Italia un fatturato pari a [35-40] milioni di euro. Nel 2020 e nel 2019 (ultimi due esercizi per cui si dispone di un bilancio approvato) la società è stata in utile.

Pratica A)

78. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della elevata potenzialità offensiva dell'adozione di uno schema distributivo di carattere piramidale e della significativa penetrazione della pratica commerciale, suscettibile di coinvolgere un numero molto elevato di consumatori sull'intero territorio nazionale, essendo stata posta in essere mediante i nuovi canali *social* di comunicazione.

79. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le pratiche commerciali sono state poste in essere dal maggio 2020, data di avvio del sistema di vendite Ariix/NewAge in Italia, e sono tutt'ora in corso.

80. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad Ariix e NewAge, in solido, per la pratica *sub A*) nella misura di 1.000.000 (*unmilione*) di euro.

81. In considerazione della situazione economica del gruppo NewAge, che presenta condizioni economiche non positive ed è attualmente soggetta ad una procedura assimilabile al concordato preventivo, si ritiene congruo rideterminare l'importo della sanzione in solido per le due società inerente alla pratica *sub A*) nella misura di 800.000 (*ottocentomila*) euro.

Pratica B)

82. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto della insidiosità derivante dall'omessa trasparenza della qualifica e dell'intento promozionale perseguito dagli Incaricati alla vendita di Ariix e della significativa penetrazione della pratica commerciale, suscettibile di coinvolgere un numero molto elevato di consumatori sull'intero territorio nazionale, in quanto è stata posta in essere mediante i nuovi canali *social* di comunicazione.

83. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che le pratiche commerciali sono state poste in essere dal maggio 2020, data di avvio del sistema di vendite Ariix/NewAge in Italia, e sono tutt'ora in corso.

84. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile ad Ariix e NewAge, in solido, per la pratica *sub B*) nella misura di 200.000 (*duecentomila*) euro.

85. In considerazione della situazione economica del gruppo NewAge, che presenta condizioni economiche non positive ed è attualmente soggetta ad una procedura assimilabile al concordato preventivo, si ritiene congruo rideterminare l'importo della sanzione in solido per le due società inerente alla pratica *sub B*) nella misura di 160.000 (*centosessantamila*) euro.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub A*), consistente nell'aver realizzato un sistema di vendite "piramidale", risulta scorretta ai sensi dell'articolo 23, comma 1, lett. p) del Codice del Consumo;

RITENUTO, inoltre, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub B*), consistente nell'aver promosso sui *social media* la vendita dei prodotti ARIIX/NewAge attraverso modalità che non chiariscono adeguatamente la finalità commerciale dei messaggi pubblicati, risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, comma 1 e 2, 23, comma 1, lett. aa) del Codice del Consumo;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II *sub A*), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Ariix e NewAge, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 23, comma 1, lett. p), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II *sub B*), del presente provvedimento, posta in essere dalle società Ariix e NewAge, costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, 21, 22, comma 1 e 2, 23, comma 1, lett. aa), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare in solido alle società Ariix Italy S.r.l. e NewAge Inc., in relazione alla pratica di cui al punto II lett. A), una sanzione amministrativa pecuniaria di 800.000 € (ottocentomila euro);

d) di irrogare in solido alle società Ariix Italy S.r.l. e NewAge Inc, in relazione alla pratica di cui al punto II lett. B), una sanzione amministrativa pecuniaria di 160.000 € (centosessantamila euro);

e) che i professionisti comunichino all'Autorità, entro il termine di 90 giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alle diffide di cui ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate 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.

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, lett. 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
Guido Stazi

IL PRESIDENTE
Roberto Rustichelli