

ESTRATTO DA:

## **INVITO A PRESENTARE OSSERVAZIONI**

"Nei confronti di Hubert FREIDL è stato avviato un procedimento istruttorio per sospetto reato di grave frode commerciale ai sensi dei §§ 146, 147 paragrafo 3, 148 2° caso del Codice penale austriaco e del reato di bancarotta fraudolenta ai sensi del § 156 comma 1 e 2 del Codice penale austriaco."

Con la presente, si concede all'imputato l'opportunità di presentare le sue osservazioni per mezzo di una dichiarazione scritta sulle accuse di reato entro 2 mesi. In particolare, si prenda posizione sulle numerose decisioni giudiziarie depositate nell'atto, nelle quali si afferma, tra l'altro, che

1. la parte convenuta ha prospettato alla parte ricorrente un profitto o un "reddito passivo" in caso di investimento;
2. la parte convenuta ha presentato l'investimento pubblicizzato in un "cloud" cosicché la parte ricorrente ricevesse il capitale investito dopo un certo periodo di tempo e ricevesse pagamenti mensili aggiuntivi;
3. la parte convenuta ha dato l'impressione che il denaro investito per la parte ricorrente si sarebbe moltiplicato;
4. la parte convenuta ha presentato il proprio modello di business come privo di rischi;
5. la parte convenuta ha formulato le disposizioni contrattuali in modo deliberatamente intricato e non trasparente, al fine di nascondere alla parte ricorrente il contenuto effettivo del contratto;
6. la parte convenuta avrebbe ingannato la parte ricorrente circa la natura e l'entità dell'investimento effettuato con intento fraudolento;
7. non sono accertabili contropartite quantificabili della parte convenuta;

In particolare, si prega di prendere posizione sulle seguenti osservazioni del Tribunale distrettuale di Liezen, AZ 2 C 637/20w:

*"Il sistema dei convenuti è orientato a un apporto di capitale continuo, senza alcuna contropartita significativa per i pagamenti da parte dei cosiddetti membri o intermediari di vendita. Con termini incomprensibili dal punto di vista contenutistico, ad esempio "bonus amicizia", "programma fedeltà Lyoness", "programma Balance" o "programma di carriera", si cerca di dare ai futuri membri e ai marketer Lyconet l'impressione, attraverso promesse poco trasparenti, che il modello di business abbia un senso economico. Dall'insieme degli accordi e delle condizioni su cui si basano i contratti, si può concludere che il gruppo di acquisto serve solo a conferire capitale attraverso nuovi membri o marketer alle persone che sono a capo di questo sistema senza un corrispettivo significativo. Anche le clausole contenute nelle CGC, ad esempio quelle relative ai*

*cosiddetti "marketer indipendenti Lyconet", servono solo a peggiorare la posizione giuridica delle parti contraenti della convenuta, fingendo di essere un imprenditore indipendente. L'esercizio di un'attività commerciale del "marketer" ivi menzionato, come la maggior parte della presente clausola, è privo di contenuto e, dopo aver spiegato le cosiddette "lifeline" e gli incomprensibili "shopping point", si conclude illustrando al cliente che i pagamenti da lui effettuati in qualità di "marketer" non saranno rimborsati dalla convenuta.*

*Lo stesso vale per l'acquisto dei "buoni sconto", la cui funzione e il cui contenuto rimangono ambigui perfino dopo aver esaminato attentamente i termini e le condizioni ".*

Inoltre, a seguito della sentenza del Tribunale distrettuale di Neulengbach, AZ 2 C 749/20x, si prega di fornire le proprie osservazioni circa quanto segue:

*"Concretamente, i contratti della parte convenuta sono strutturati cosicché l'attività redditizia per i singoli "marketer" sia pressoché esclusa. Si suggerisce, attraverso grafici ed esempi accattivanti (vedi Lyconet Compensation Plan), che potrebbero essere generate entrate significative. "*

*"Ciò dimostra che i versamenti della ricorrente non hanno comunque potuto portare a pagamenti economicamente rilevanti. L'acquisto di un buono sconto non può generare alcun profitto. I clienti reclutati dovrebbero ottenere un fatturato considerevole presso le aziende partner, in modo da generare almeno un reddito mensile ragionevole per il marketer. Resta inoltre più che discutibile se un cloud possa portare a distribuzioni significative.*

*Tutte queste circostanze sono integrate dal fatto che, per rimanere idonei, occorre versare ulteriori EUR 50,- (50 Shopping Point) al mese. Il contratto della parte convenuta è quindi in realtà progettato per convincere i marketer a effettuare depositi con promesse di guadagno e per reclutare ulteriori membri cosicché la parte convenuta possa trarne profitti elevati ".*

Per quanto riguarda il fallimento e l'intenzione dietro di esso, entreremo nel dettaglio nella seconda parte con una relazione approfondita e ben documentata.