

Pamatnostādnes

Par situācijām, kurās tiek uzskatīts, ka trešās valsts sabiedrība vēlas piesaistīt klientus, kas iedibināti vai atrodas ES, un par uzraudzības praksi, lai atklātu un novērstu apgrieztās piesaistes atbrīvojuma apiešanu saskaņā ar MiCA regulu

Satura rādītājs

1. Piemērošanas joma	1
2. Normatīvās atsauces, saīsinājumi un definīcijas	1
2.1. Normatīvās atsauces	1
2.2. Saīsinājumi	2
2.3. Definīcijas	2
3. Mērķis.....	3
4. Atbilstība un ziņošanas prasības	4
4.1. Pamatnostādņu statuss	4
4.2. Ziņošanas prasības.....	4
5. Pamatnostādnes par klientu piesaisti, ko veic trešo valstu sabiedrības	5
5.1. Piesaistes līdzekļi (1. pamatnostādne)	5
5.2. Piesaistošā persona (2. pamatnostādne)	6
5.3. Klienta ekskluzīva iniciatīva (3. pamatnostādne).....	7
5.4. Kad kriptoaktīvs vai kriptoaktīvu pakalpojums ir tāda paša veida kā cits (4. pamatnostādne).....	8
6. Pamatnostādnes par uzraudzības praksi, lai atklātu un novērstu apgrieztās piesaistes atbrīvojuma apiešanu	10
6.1. Uzraugošās iestādes, kuru mērķauditorija ir klienti, kas iedibināti vai atrodas Savienībā vai darbojas Savienībā (1. pamatnostādne)	10
6.2. Informācijas apmaiņa ar citām iestādēm (2. pamatnostādne)	10
6.3. Reaģēšana uz klientu sūdzībām vai trauksmes cēlējiem (3. pamatnostādne)	10
Pielikums — Neizsmeļošs tādu apstākļu piemēru saraksts, kuros trešās valsts sabiedrība, visticamāk, tiks uzskatīta par tādu, kas piesaista klientus Savienībā.....	11

1. Piemērošanas joma

Kam piemēro šīs pamatnostādnes?

1. Šīs pamatnostādnes attiecas uz kompetentajām iestādēm, kas definētas MiCA regulas 3. panta 1. punkta 35. apakšpunktā, un attiecībā uz 5. sadaļu — uz trešo valstu sabiedrībām.

Kas ir noteikts šajās pamatnostādnēs?

2. Šīs pamatnostādnes piemēro saistībā ar MiCA regulas 61. pantu.

Kad šīs pamatnostādnes stājas spēkā?

3. Šīs pamatnostādnes ir piemērojamas 60 kalendārās dienas pēc to publicēšanas ESMA tīmekļa vietnē visās oficiālajās ES valodās.

2. Normatīvās atsauces, saīsinājumi un definīcijas

2.1 Normatīvās atsauces

ESMA regula	Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) Nr. 1095/2010 (2010. gada 24. novembris), ar ko izveido Eiropas Uzraudzības iestādi (Eiropas Vērtspapīru un tirgu iestādi), groza Lēmumu Nr. 716/2009/EK un atceļ Komisijas Lēmumu 2009/77/EK ¹
MiCA regula	Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2023/1114 (2023. gada 31. maijs) par kryptoaktīvu tirgiem un ar ko groza Regulas (ES) Nr. 1093/2010 un (ES) Nr. 1095/2010 un Direktīvas 2013/36/ES un (ES) 2019/1937 ² .

¹ OV L 331, 15.12.2010., 84. lpp.

² OV L 150, 09.06.2023., 40. lpp.

2.2 Saīsinājumi

EFUS	Eiropas Finanšu uzraudzības sistēma
ES	Eiropas Savienība
ESMA	Eiropas Vērtspapīru un tirgu iestāde

2.3 Definīcijas

<i>Trešās valsts sabiedrība</i>	Sabiedrība, uz kuru attiektos MiCA regulas 59. pants, ja tās galvenais birojs vai juridiskā adrese atrodas Savienībā.
---------------------------------	---

3. Mērķis

4. Šo pamatnostādņu pamatā ir MiCA regulas 61. panta 3. punkts. Šo pamatnostādņu mērķis ir izveidot EFUS konsekventu, efektīvu un konstruktīvu uzraudzības praksi un nodrošināt vienotu, vienveidīgu un konsekventu MiCA regulas 61. panta noteikumu piemērošanu.
5. Jo īpaši to mērķis ir veicināt lielāku konverģenci attiecībā uz to situāciju interpretāciju un uzraudzības pieejām, kurās trešās valsts sabiedrība piesaista klientus, kas iedibināti vai atrodas Savienībā. Turklāt, lai veicinātu konverģenci un konsekventu uzraudzību attiecībā uz MiCA regulas 61. panta ļaunprātīgas izmantošanas risku, šo pamatnostādņu mērķis ir arī veicināt konkrētu uzraudzības praksi, lai atklātu un novērstu MiCA regulas apiešanu.

4. Atbilstība un ziņošanas prasības

4.1 Pamatnostādņu statuss

6. Saskaņā ar ESMA regulas 16. panta 3. punktu kompetentajām iestādēm ir jādara viss iespējamais, lai nodrošinātu atbilstību šīm pamatnostādnēm.
7. Kompetentajām iestādēm, uz kurām attiecas šīs pamatnostādnēs, tās attiecīgi jāiekļauj valsts tiesiskajās un/vai uzraudzības sistēmās.

4.2 Ziņošanas prasības

8. Divu mēnešu laikā no dienas, kad šīs pamatnostādnēs publicētas ESMA tīmekļa vietnē visās ES oficiālajās valodās, kompetentajām iestādēm, uz kurām attiecas šīs pamatnostādnēs, jāpaziņo ESMA, vai tās i) ievēro, ii) neievēro, bet plāno ievērot, vai iii) neievēro un neplāno ievērot šīs pamatnostādnēs.
9. Neievērošanas gadījumā kompetentajām iestādēm arī divu mēnešu laikā no dienas, kad šīs pamatnostādnēs publicētas ESMA tīmekļa vietnē visās ES oficiālajās valodās, jāpaziņo ESMA arī pamatnostādņu neievērošanas iemesli.
10. Paziņojumu veidne ir pieejama ESMA tīmekļa vietnē. Pēc veidnes aizpildīšanas to nosūta ESMA.

5. Pamatnostādnes par klientu piesaisti, ko veic trešo valstu sabiedrības

5.1 Piesaistes līdzekļi (1. pamatnostādne)

11. Trešo valstu sabiedrību klientu piesaiste būtu jāinterpretē plaši un tehnoloģiski neitrāli.
12. Piesaiste ietver kryptoaktīvu pakalpojumu vai darbību popularizēšanu, reklamēšanu vai piedāvāšanu klientiem vai potenciālajiem klientiem Savienībā, izmantojot jebkādos līdzekļus. Tā var ietvert (bez ierobežojumiem):
 - interneta reklāmas;
 - brošūras;
 - tālruņa zvanus;
 - e-pasta vēstules;
 - reklāmkarogus, uznirstošos logus un/vai līdzīgus rīkus tīmekļa vietnēs un sociālajos plašsaziņas līdzekļos;
 - klātienes tikšanās;
 - paziņojumus presei;
 - citus fizisko vai elektronisko līdzekļu veidus, tostarp tīmekļa vietnes, sociālo plašsaziņas līdzekļu platformas, mobilās lietotnes;
 - dalību prezentācijās un izstādēs;
 - uzaicinājumus uz pasākumiem;
 - sadarbības kampaņas;
 - reklāmas pārorientēšanu;
 - uzaicinājumus aizpildīt atbildes veidlapu vai piedalīties apmācībās;
 - ziņojumapmaiņas platformas;
 - sponsorēšanas darījumus.
13. Kampaņas, reklāmas, tirgvedība un vispārēja rakstura piedāvājumi, piemēram, zīmolu reklāmas, un tādas reklāmas, kas ir adresētas sabiedrībai (ar plašu un lielu tvērumu), arī var būt piesaiste.

14. Kompetentajai iestādei būtu jāņem vērā visi fakti un lietas apstākļi, lai novērtētu, vai trešās valsts sabiedrība piesaista klientus, kas iedibināti vai atrodas Savienībā.
15. Piemēri par apstākļiem, kādos trešās valsts sabiedrība varētu tikt uzskatīta par tādu, kas piesaista klientus Savienībā, skatāmi pielikumā.
16. ESMA atzīst, ka pastāv apstākļi, kad arī trešo valstu sabiedrības varētu tikt uzskatītas par tādām, kas piesaista ES klientus, bet ne tikai³. Šādos gadījumos trešās valsts sabiedrība var veikt piesardzības pasākumus, lai nodrošinātu, ka tā nepārkāpj MiCA regulas atļaujas piešķiršanas prasības, atturoties sniegt ES klientiem kryptoaktīvu pakalpojumus vai veikt darbības ar tiem. Lai to izdarītu, trešās valsts sabiedrība, piemēram, var nepieņemt nekādus jaunus ES klientu kontus vai ģeobloķēt⁴ līdzekļus piekļuvei saviem kryptoaktīvu pakalpojumiem vai darbību veikšanai ar tiem.
17. Izglītojoši materiāli, apmācība un nozares pasākumi, kas ir tikai izglītojoši vai vērsti uz zināšanu apmaiņu par nozares pamattehnoloģijām vai inovācijām, nav uzskatāmi par piesaistošiem. Uzskata, ka izglītojošie materiāli, apmācība un nozares pasākumi tieši vai netieši popularizē trešās valsts sabiedrību vai tās kryptoaktīvu pakalpojumus vai darbības ar tiem, ja, piemēram, auditorija tiek virzīta uz trešās valsts sabiedrības tīmekļa vietni, tiek nodrošināti līdzekļi, lai piekļūtu trešās valsts sabiedrības piedāvātajiem pakalpojumiem, tiek nodotas brošūras, kas saistītas ar kryptoaktīvu pakalpojumiem, auditorija tiek aicināta aizpildīt klienta profilu vai trešās valsts sabiedrības pakalpojumi jebkādā veidā tiek reklamēti citādi.

5.2 Piesaistošā persona (2. pamatnostādne)

18. Kompetentajām iestādēm jāņem vērā, ka piesaiste var notikt neatkarīgi no personas, ar kuras starpniecību tā tiek veikta.
19. Piesaisti var veikt pati trešās valsts sabiedrība vai jebkura persona, kas rīkojas tās vārdā vai kam ir ciešas saiknes ar trešās valsts sabiedrību⁵. Persona, kas rīkojas trešās valsts sabiedrības vārdā, var to darīt vai nu i) tieši saskaņā ar līgumu, vai ii) netieši, noslēdzot neoficiālu vienošanos.

³ Piemēram, trešās valsts uzņēmums var sponsorēt starptautiskas sporta sacensības, kurās var piedalīties arī dalībvalstu nacionālās komandas vai ES sportisti. MiCA regula neaizliedz šādus sponsorēšanas darījumus. Tomēr šā iemesla dēļ sabiedrība jāuzskata par tādu, kas piesaista klientus ES, un tādējādi tā nevarētu gūt labumu no apgrieztās piesaistes atbrīvojuma.

⁴ Piemēram, ja piekļuve trešās valsts sabiedrības tīmekļa vietai ir ģeobloķēta ES klientiem ar IP adresi, kuras izcelsme ir ES, un ja trešās valsts uzņēmuma mobilā lietotne ES valstīm nebija pieejama mobilo lietotņu veikalos.

⁵ Kā noteikts MiCA regulas 3. panta 31. punktā.

20. Šādas personas var ietvert tā sauktos ietekmētājus. Norādes par to, ka persona rīkojas trešās valsts sabiedrības vārdā, var ietvert, piemēram, auditorijas virzīšanu uz trešās valsts sabiedrības tīmekļa vietni, piekļuves līdzekļu trešās valsts sabiedrības piedāvātajiem pakalpojumiem nodrošināšanu, reklāmas darījumu piedāvāšanu vai trešās valsts uzņēmuma logotipa attēlošanu. Tam, ka trešās valsts sabiedrība sniedz trešai personai jebkāda veida atlīdzību vai labumu (monetāru vai nemonetāru), būtu jābūt skaidrai norādei, ka trešā persona rīkojas trešās valsts sabiedrības vārdā. Tomēr atlīdzības vai labuma trūkumam nevajadzētu izslēgt faktu, ka persona var rīkoties trešās valsts sabiedrības vārdā.
21. Savukārt trešās valsts sabiedrības kryptoaktīvu pakalpojumu vai darbību ar tiem pārskatīšana pēc pašiniciatīvas (t. i., kamēr tā netiek veikta trešās valsts sabiedrības vārdā) nav jāuzskata par trešās valsts sabiedrības vai tās vārdā veiktu piesaisti. Tomēr šādu pārskatīšanu var uzskatīt par “pašiniciatīvu” tikai tad, ja trešās valsts sabiedrība nezina par pārskatīšanu un nav tai piekritusi, to veicinājusi vai citādi atvieglojusi to.
22. Kryptoaktīvu pakalpojumu sniegšana pēc trešās valsts sabiedrības piesaistes, ko trešās valsts sabiedrības vārdā veic ES regulēta persona vai vienība, joprojām jāuzskata par MiCA regulas pārkāpumu. Piemēram, ES kredītiestāde, ieguldījumu brokeru sabiedrība vai maksājumu pakalpojumu sniedzējs nedrīkst novirzīt klientus (piemēram, ar savas tīmekļa vietnes starpniecību) uz trešās valsts sabiedrības sniegtiem kryptoaktīvu pakalpojumiem. Tas attiecas uz to, vai šī trešās valsts sabiedrība ir vai nav daļa no tās pašas grupas.

5.3 Klienta ekskluzīva iniciatīva (3. pamatnostādne)

23. Nebūtu jāuzskata, ka sabiedrība piesaista klientus, ja kryptoaktīvu pakalpojums vai darbība ar tiem notiek pēc klienta paša ekskluzīvas iniciatīvas. Paša klienta ekskluzīvā iniciatīva jāinterpretē šauri.
24. Novērtējumam par to, vai kryptoaktīvu pakalpojumu sniedzējs ir piesaistījis klientu vai kontaktu ir ekskluzīvi iniciējis klients, ir jābūt faktiskam. Līgumiskas vienošanās vai atrunas nevar aizstāt pretējus faktus.
25. Apgrieztās piesaistes atbrīvojums ir balstīts uz pieņēmumu, ka kryptoaktīvu produkts, pakalpojums tiek sniegts vai darbība ar tiem tiek veikta pēc klienta paša ekskluzīvas iniciatīvas. Saskaņā ar MiCA regulas 61. panta 2. punktu trešās valsts sabiedrībai ir dota iespēja tirgot minētajam klientam kryptoaktīvus vai piedāvāt tāda paša veida kryptoaktīvu pakalpojumus vai darbības ar tiem. Tomēr joprojām ir spēkā prasība, ka kryptoaktīvu pakalpojumi ir jāsniedz, pamatojoties uz klienta ekskluzīvu iniciatīvu.

26. Tādēļ svarīgs ir laiks, kad klients ir pieprasījis un piedāvā, veicina vai reklamē citus kriptoaktīvu pakalpojumus vai tāda paša veida darbības ar tiem. Tādējādi minētais noteikums jāinterpretē tā, ka tas neļauj trešo valstu sabiedrībām piedāvāt klientam papildu kriptoaktīvus vai kriptoaktīvu pakalpojumus, vai darbības ar tiem, pat ja šādi pakalpojumi vai darbības ir tāda paša veida pakalpojumi vai darbības kā klienta sākotnēji pieprasītie pakalpojumi vai darbības, ja vien tās netiek piedāvātas sākotnējā darījuma kontekstā.
27. Piemēram, ja klients sazinās ar trešās valsts sabiedrību, lai iegādātos kriptoaktīvu X, sabiedrība šajā brīdī var tirgot klientiem tāda paša veida kriptoaktīvus. Tomēr trešās valsts sabiedrībai nevajadzētu būt tiesībām pēc mēneša pārdot klientam turpmākus kriptoaktīvu X darījumus vai darījumus ar līdzīgiem kriptoaktīviem.
28. Trešo valstu sabiedrībām ir jāspēj nodrošināt ierakstus, kas izseko attiecībām ar klientu un jo īpaši tam, vai klients ir uzņēmies iniciatīvu saņemt kriptoaktīvu pakalpojumus attiecībā uz jaunu produktu.

5.4 Kad kriptoaktīvs vai kriptoaktīva pakalpojums ir tāda paša veida kā cits (4. pamatnostādne)

29. Apgrieztās piesaistes režīms atstāj atvērtu iespēju trešās valsts sabiedrībai tirgot kriptoaktīvus vai kriptoaktīvu pakalpojumus vai veikt tāda paša veida darbības ar tiem saistībā ar attiecībām, kas uzsāktas pēc konkrēta klienta ekskluzīvas iniciatīvas, ar nosacījumu, ka trešās valsts uzņēmums ievēro arī iepriekš minēto 3. pamatnostādni.
30. Ja trešās valsts sabiedrība vēlas izmantot šādu iespēju, tai katrā gadījumā atsevišķi jānovērtē, vai kriptoaktīvi vai kriptoaktīvu pakalpojumi, vai darbības ar tiem pieder pie viena un tā paša veida, ņemot vērā tādus elementus kā i) piedāvātā kriptoaktīva vai kriptoaktīvu pakalpojuma, vai darbības ar tiem kategorija un ii) ar katru kriptoaktīvu vai kriptoaktīvu pakalpojumu, vai darbību ar tiem saistītie riski.
31. Kriptoaktīvu un kriptoaktīvu pakalpojumu vai darbību ar tiem kategorizācijai, ko izmanto trešās valsts sabiedrība, vajadzētu būt pietiekami detalizētai, lai nodrošinātu, ka apgrieztās piesaistes atbrīvojumu nevar izmantot, lai apietu atļaujas saņemšanas prasības saskaņā ar MiCA regulas 59. pantu.
32. Turpmāk sniegts neizsmeljošs saraksts ar kriptoaktīvu pāriem, kas nebūtu jāuzskata par piederīgiem pie viena veida kriptoaktīviem, lai piemērotu apgrieztās piesaistes atbrīvojumu:
 - patēriņa žetoni, aktīviem piesaistīti žetoni vai e-naudas žetoni;

- kriptokriptīvi, kas netiek glabāti vai pārvesti, izmantojot to pašu tehnoloģiju;
 - e-naudas žetoni, kas nav piesaistīti vienai un tai pašai oficiālajai valūtai;
 - aktīviem piesaistīti žetoni, kas galvenokārt balstīti uz bezseguma valūtām (*FIAT*), un aktīviem piesaistīti žetoni, kuriem ir būtiska kriptokriptīvu īpatsvara nozīme;
 - likvīdi un nelikvīdi kriptokriptīvi;
 - kriptokriptīvi, kas nav aktīviem piesaistīti žetoni, un e-naudas žetoni ar neidentificējamu piedāvātāju, un kriptokriptīvi, kas nav aktīviem piesaistīti žetoni, un e-naudas žetoni ar identificējamu piedāvātāju.
33. Lūdzu, ņemiet vērā, ka iepriekš minētos piemērus nevajadzētu lasīt *a contrario*. Piemēram, e-naudas žetoni, kuri nav piesaistīti vienai un tai pašai oficiālajai valūtai, nepieder pie viena un tā paša veida. Taču tas, ka divi e-naudas žetoni ir piesaistīti vienai un tai pašai oficiālajai valūtai, ne vienmēr nozīmē, ka tie ir viena un tā paša veida žetoni. Arī kriptokriptīvi, kas netiek glabāti vai nodoti, izmantojot vienu un to pašu tehnoloģiju, nepieder pie viena un tā paša veida. Taču kriptokriptīvi, kas tiek glabāti vai nodoti, izmantojot vienu un to pašu tehnoloģiju, ne vienmēr ir viena un tā paša veida kriptokriptīvi.

6. Pamatnostādnes par uzraudzības praksi, lai atklātu un novērstu apgrieztās piesaistes atbrīvojuma apiešanu

34. Trešo valstu sabiedrības var mēģināt apiet atļaujas saņemšanas prasības saskaņā ar MiCA regulas 59. pantu, izmantojot dažādus līdzekļus un praksi. Tāpēc ir ārkārtīgi svarīgi, lai kompetentās iestādes cieši uzraudzītu trešo valstu uzņēmumu darbību, ja tāda notiek, to attiecīgajās jurisdikcijās. Ņemot vērā, ka kryptoaktīvu pakalpojumi tiek piedāvāti un reklamēti gandrīz tikai tiešsaistē, īpaša uzmanība būtu jāpievērš trešo valstu uzņēmumu darbībām tiešsaistē.
35. Kompetentajām iestādēm jāizmanto viena vai vairākas uzraudzības prakses, kas izklāstītas turpmāk norādītajās pamatnostādnēs.

6.1 Uzraugošās iestādes, kuru mērķauditorija ir klienti, kas iedibināti vai atrodas Savienībā vai darbojas Savienībā (1. pamatnostādne)

36. Kompetentās iestādes var meklēt trešo valstu sabiedrības, kuru tālruna numuri sākas ar vietējiem valsts kodiem vai kuru pasta, e-pasta vai tīmekļa vietņu adreses norāda uz to, ka tās vismaz virtuāli atrodas Savienībā (piemēram, URL, kas beidzas ar “lu”, “de”, “fr” utt.).
37. Kompetentās iestādes var veikt arī patērētāju aptaujas, lai identificētu sabiedrības, ko patērētāji izmanto kryptoaktīvu pakalpojumu sniegšanai savā jurisdikcijā.
38. Kompetentās iestādes var izmantot tirgvedības uzraudzības rīkus, jo īpaši tādus, kas spēj uzraudzīt sociālo plašsaziņas līdzekļu darbību, jo tie var sniegt norādi par trešo valstu uzņēmumu ģeogrāfiskajiem mērķa tirgiem.

6.2 Informācijas apmaiņa ar citām iestādēm (2. pamatnostādne)

39. Kompetentās iestādes var cieši sadarboties ar citām iestādēm (valsts iestādēm vai ārvalstu iestādēm), kurām varētu būt informācija par to, vai trešo valstu sabiedrības piedāvā pakalpojumus konkrētajā tirgū. Šādas iestādes var būt policijas iestāde un vietējās nodokļu iestādes.

6.3 Reaģēšana uz klientu sūdzībām vai trauksmes cēlējiem (3. pamatnostādne)

40. Kompetentajām iestādēm jāseko klientu sūdzībām vai trauksmes cēlēju informācijai, kas norāda, ka trešās valsts sabiedrība varētu būt piesaistījusi klientus savā jurisdikcijā.

Pielikums — Neizsmeļošs tādu apstākļu piemēru saraksts, kuros trešās valsts sabiedrība, visticamāk, tiks uzskatīta par tādu, kas piesaista klientus Savienībā

Tabulā minētie apstākļu piemēri ir jālasa kopā ar attiecīgajām pamatnostādnēm.

Pamatnostādnes	Apraksts
1. pamatnostādne	Trešās valsts sabiedrība izmanto reģionam vai valstij pielāgotas meklēšanas sistēmu optimizācijas (<i>SEO</i>) stratēģijas, lai optimizētu savu klātbūtni tiešsaistē un iegūtu labas pozīcijas ES potenciālo klientu vai konkrētu dalībvalstu potenciālo klientu meklēšanas sistēmu rezultātu lapās (<i>SERP</i>). <i>SEO</i> mērķis ir uzlabot tīmekļa vietnes pozīciju (neapmaksātos) meklētājprogrammu rezultātos. Veiksmīga <i>SEO</i> uzlabo tīmekļa datplūsmu un palielina zīmola atpazīstamību. Reģionālais vai valsts <i>SEO</i> ļauj trešās valsts uzņēmumam parādīties augstākā pozīcijā ES potenciālo klientu <i>SERP</i>. Reģionāli vai konkrētai valstij specifiski <i>SEO</i> var ietvert, piemēram: i) valsts koda augstākā līmeņa domēna (<i>TLD</i>) izmantošanu domēna nosaukumā (piemēram, “.fr”, “.es”, “.at”); ii) vispārīgu <i>TLD</i> (piemēram, “.com” vai “.org”) ar ES valstu apakšdirektoriem (piemēram, “.com/fr”, “.org/es”) izmantošanu domēna nosaukumā; iii) vispārēju <i>TLD</i> izmantošanu, bet, nosakot kritērijus <i>SEO</i> rīkos, ģeogrāfiskās mērķorientācijas noteikšanu; iv) ģeogrāfiski mērķtiecīgu saišu veidošanu⁶ kā daļu no savas tirgvedības stratēģijas, lai palielinātu datplūsmu no potenciālajiem

⁶ Ģeogrāfiski mērķtiecīga saišu veidošana ir tad, kad uzņēmums saņem atpakaļsaite no citām tīmekļa vietnēm ģeogrāfiskā reģionā. Atpakaļsaite ir saite no citas tīmekļa vietnes uz uzņēmuma tīmekļa vietni, tādējādi pārvirzot vai veicinot tīmekļa datplūsmu no sākotnējās tīmekļa vietnes uz citu.

	klientiem ES (piemēram, trešās valsts sabiedrība izmanto atpakaļsaites uz tīmekļa vietnēm ar ES valstij raksturīgu <i>TLD</i> vai apakšdirektoriju).
1. pamatnostādne	Trešās valsts sabiedrība izmanto ģeogrāfiskās mērķauditorijas atlases stratēģijas, lai palaistu digitālās reklāmas — vai nu <i>SERP</i> , vai sociālo plašsaziņas līdzekļu platformās —, kas ir vērstas uz ES potenciālajiem klientiem vai potenciālajiem klientiem no konkrētām dalībvalstīm.
1. pamatnostādne	Trešās valsts sabiedrībai ir tīmekļa vietne vai tīmekļa vietnes daļa kādā no Savienības oficiālajām valodām — kas nav ierasts starptautisko finanšu jomā — (vai integrēti tulkošanas rīki tās tīmekļa vietnē), un nekas neliecina par to, ka šādas trešās valsts sabiedrības izcelsme ir jurisdikcijā, kas izmanto to pašu valodu, vai ka trešās valsts sabiedrībai ir klienti vai tā vēršas pie potenciālajiem klientiem jurisdikcijā ārpus ES, arī izmantojot to pašu valodu.
1. pamatnostādne	Trešās valsts uzņēmums sponsorē uz ES vai dalībvalstīm orientētu sporta pasākumu, piemēram, valsts čempionātu vai Eiropas čempionātu.
1. pamatnostādne	Trešās valsts sabiedrība novirza ES potenciālos klientus uz tās tīmekļa vietni, iekļaujot saiti uz šādu tīmekļa vietni par mācību vai izglītības materiāliem.
1. pamatnostādne	Kriptogrupa (kas ietver gan ES regulētas vienības, gan trešo valstu sabiedrības) izmanto stratēģijas, kas nepietiekami ļauj klientam diferencēt ES regulēto vienību un trešo valstu sabiedrību piedāvājumu.
1. pamatnostādne	Trešās valsts uzņēmums atbild uz ES reģistrēta uzņēmuma pieprasījumu par pakalpojumiem vai darbībām, ko MiCA regula neregulē, un izmanto savas atbildes, lai tirgotu savus kryptoaktīvu pakalpojumus vai darbības ar tiem.
2. pamatnostādne	Trešās valsts sabiedrība izmanto ES filiāles vai ES sabiedrības — neatkarīgi no tā, vai tā ir vai nav regulēta, — tīmekļa vietni, lai parādītu savu logotipu, atpakaļsaiti uz savu tīmekļa vietni vai reklamētu savus kryptoaktīvu pakalpojumus vai darbības ar tiem.
2. pamatnostādne	Trešās valsts sabiedrība izmanto ES bāzētu ietekmētāju vai satura radītāju un atalgo tos, lai virzītu savus kryptoaktīvus vai kryptoaktīvu pakalpojumus, vai darbības ar tiem vai veidotu savu profilu sociālajos plašsaziņas līdzekļos vai citā veidā.

2. pamatnostādne	ES regulēts kryptoaktīvu pakalpojumu sniedzējs novirza ES klientus, kuri plāno tirgot neatļautu aktīviem piesaistītu žetonu, uz savas grupas tirdzniecības platformu vai pie brokera ārpus ES.
3. pamatnostādne	Ar trešās valsts sabiedrību sazinās ES klients, kas vēlas iegādāties kryptoaktīvu. ES klients savā mobilajā tālrunī instalē trešās valsts sabiedrības mobilo lietotni, lai tirgotu šādu kryptoaktīvu. Divas dienas pēc sākotnējā darījuma ES klients saņem pašpiegādes paziņojumu, kurā viņš tiek mudināts atgriezties trešās valsts sabiedrības mobilajā lietotnē, lai uzzinātu, kādi kryptoaktīvi ir pieprasīti, tostarp kryptoaktīvi, kas nav tāda paša veida kryptoaktīvi kā tie, kurus sākotnēji tirgoja ES klients.
3. pamatnostādne	Ar trešās valsts sabiedrību sazinās ES klients, kas vēlas iegādāties kryptoaktīvu. ES klients savā mobilajā tālrunī instalē trešās valsts sabiedrības mobilo lietotni, lai tirgotu šādu kryptoaktīvu. Divus mēnešus pēc sākotnējā darījuma ES klients saņem pašpiegādes paziņojumu, kas mudina viņu atgriezties trešās valsts sabiedrības mobilajā lietotnē, lai pēc atgriešanās vairāk rīkotos, veicot tirdzniecību (piemēram, pašpiegādes paziņojumu par pagaidu veicināšanu).
4. pamatnostādne	Ar trešās valsts sabiedrību sazinās ES klients, kas vēlas pirkt aktīviem piesaistītu žetonu, kuru emitējis emitents, kam nav piešķirta atļauja saskaņā ar MiCA regulas III sadaļu. Attiecīgā(-o) kryptoaktīvu pakalpojuma(-u) sniegšanas laikā trešās valsts sabiedrība arī tirgo vai piedāvā ES klientam ļoti atšķirīgu kryptoaktīvu veidu, piemēram, mēmu monētas.
4. pamatnostādne	Ar trešās valsts sabiedrību sazinās ES klients, kurš vēlas iegādāties aktīviem piesaistītu žetonu, kas licencēts ES saskaņā ar MiCA regulas III sadaļu. Attiecīgā(-o) kryptoaktīvu pakalpojuma(-u) sniegšanas laikā trešās valsts sabiedrība arī tirgo vai piedāvā ES klientam mēmu monētas.
4. pamatnostādne	ES reģistrēta fiziska persona vērsas pie trešās valsts sabiedrības ar lūgumu sniegt konkrētu kryptoaktīvu pakalpojumu. Reaģējot uz to, trešās valsts sabiedrība piedāvā šai personai komplektētu kryptoaktīvu pakalpojumu paketi.