

Retningslinjer

for situationer, hvor en tredjelandsvirksomhed anses for at rette henvendelse til kunder, der er etableret eller befinder sig i EU, og tilsynspraksis for at opdage og forhindre omgåelse af undtagelsen for omvendt henvendelse i henhold til forordningen om markeder for kryptoaktiver (MiCA)

Indhold

1. Anvendelsesområde	1
2. Henvisninger til lovgivning, forkortelser og definitioner	1
2.1 Henvisninger til lovgivning	1
2.2 Forkortelser	2
2.3 Definitioner	2
3. Formål	3
4. Efterlevelse og rapporteringskrav	4
4.1 Status for retningslinjerne	4
4.2 Rapporteringskrav	4
5. Retningslinjer for tredjelandsvirksomheders henvendelser til kunder	5
5.1 Henvendelsesmåde (retningslinje 1)	5
5.2 Person, der retter henvendelse (retningslinje 2)	7
5.3 Udelukkende på kundens eget initiativ (retningslinje 3)	8
5.4 Hvornår kan et kryptoaktiv eller en kryptoaktivtjeneste anses for at være af samme type (retningslinje 4)	8
6. Retningslinjer for tilsynspraksis for at opdage og forhindre omgåelse af undtagelsen for omvendt henvendelse	11
6.1 Overvågning af enheder, som retter henvendelse til kunder, der er etableret eller befinder sig i Unionen, eller som er aktive i Unionen (retningslinje 1)	11
6.2 Udvekslinger med andre myndigheder (retningslinje 2)	11
6.3 Opfølgning på klager fra kunder eller whistleblowere (retningslinje 3)	12
Bilag – Ikkeudtømmende liste med eksempler på omstændigheder, hvor en tredjelandsvirksomhed sandsynligvis vil blive anset for at rette henvendelse til kunder i Unionen	13

1. Anvendelsesområde

Hvem?

1. Disse retningslinjer gælder for kompetente myndigheder som defineret i artikel 3, stk. 1, nr. 35), i MiCA og, for så vidt angår afsnit 5, for tredjelandsvirksomheder.

Hvad?

2. Disse retningslinjer gælder i forbindelse med artikel 61 i MiCA.

Hvornår?

3. Disse retningslinjer træder i kraft 60 kalenderdage fra datoen for deres offentliggørelse på ESMA's webside på alle officielle EU-sprog.

2. Henvisninger til lovgivning, forkortelser og definitioner

2.1 Henvisninger til lovgivning

ESMA-forordningen	Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) nr. 1095/2010 af 24. november 2010 om oprettelse af en europæisk tilsynsmyndighed (Den Europæiske Værdipapir- og Markedstilsynsmyndighed), om ændring af afgørelse nr. 716/2009/EF og om ophævelse af Kommissionens afgørelse 2009/77/EF ¹
MiCA	Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2023/1114 af 31. maj 2023 om markeder for kryptoaktiver og om ændring af forordning (EU) nr. 1093/2010 og (EU) nr. 1095/2010 og direktiv 2013/36/EU og (EU) 2019/1937 ²

¹ EUT L 331 af 15.12.2010, s. 84.

² EUT L 150 af 9.6.2023, s. 40.

2.2 Forkortelser

ESFS	Det Europæiske Finanstilsynssystem
ESMA	Den Europæiske Værdipapir- og Markedstilsynsmyndighed
EU	Den Europæiske Union

2.3 Definitioner

<i>Tredjelandsvirksomhed</i>	En virksomhed, der ville være omfattet af artikel 59 i MiCA, hvis dens hovedsæde eller registrerede kontor var beliggende i Unionen
------------------------------	---

3. Formål

4. Disse retningslinjer er baseret på artikel 61, stk. 3, i MiCA. Formålet med disse retningslinjer er at fastlægge en konsekvent og effektiv tilsynspraksis inden for ESFS og sikre en fælles, ensartet og konsekvent anvendelse af reglerne i artikel 61 i MiCA.
5. De har navnlig til formål at fremme større konvergens i fortolkningen af og de tilsynsmæssige tilgange til de situationer, hvor en tredjelandsvirksomhed anses for at rette henvendelse til kunder, der er etableret eller befinder sig i Unionen. For at fremme konvergens og konsekvent tilsyn for så vidt angår risikoen for misbrug af artikel 61 i MiCA har disse retningslinjer desuden til formål at fremme visse tilsynspraksisser for at opdage og forhindre omgåelse af MiCA.

4. Efterlevelse og rapporteringskrav

4.1 Status for retningslinjerne

6. I henhold til artikel 16, stk. 3, i ESMA-forordningen skal de kompetente myndigheder bestræbe sig bedst muligt på at efterleve disse retningslinjer.
7. De kompetente myndigheder, som disse retningslinjer finder anvendelse på, bør indarbejde dem i deres nationale og/eller tilsynsmæssige rammer.

4.2 Rapporteringskrav

8. De kompetente myndigheder, som disse retningslinjer finder anvendelse på, skal – senest to måneder efter datoen for offentliggørelsen af retningslinjerne på ESMA's websted på alle officielle EU-sprog – underrette ESMA om, hvorvidt de i) efterlever, ii) ikke efterlever, men agter at efterleve, eller iii) ikke efterlever og ikke agter at efterleve retningslinjerne.
9. I tilfælde af manglende efterlevelse skal de kompetente myndigheder – ligeledes senest to måneder efter datoen for offentliggørelsen af retningslinjerne på ESMA's websted på alle officielle EU-sprog – underrette ESMA om årsagerne til, at de ikke efterlever retningslinjerne.
10. Der findes en skabelon til disse meddelelser på ESMA's websted. Skabelonen udfyldes og sendes til ESMA.

5. Retningslinjer for tredjelandsvirksomheders henvendelser til kunder

5.1 Henvendelsesmåde (retningslinje 1)

11. Tredjelandsvirksomheders henvendelser til kunder bør fortolkes bredt og på en teknologineutral måde.
12. Henvendelser omfatter enhver form for promovering af, reklame for eller tilbud om kryptoaktivtjenester eller -aktiviteter til kunder eller potentielle kunder i Unionen. Dette kan bl.a. omfatte:
 - internetreklamer
 - brochurer
 - telefonopkald
 - e-mails
 - bannere, pop-ups og/eller lignende på websider og sociale medier
 - personligt møde
 - pressemeddelelser
 - andre former for fysiske eller elektroniske midler, herunder websteder, sociale medieplatforme og mobilapplikationer
 - deltagelse i roadshows og messer
 - invitationer til arrangementer
 - tilslutningskampagner
 - genopsøgende reklamer
 - opfordringer til at udfylde et spørgeskema eller til at følge et uddannelseskursus
 - meddelelsesplatforme

- sponsoraftaler.
13. Kampagner, reklamer, markedsføring og tilbud af generel karakter såsom varemærkereklamer, der er rettet mod offentligheden (med en bred og omfattende rækkevidde), kan også udgøre en måde at rette henvendelse på.
 14. De nationale kompetente myndigheder bør tage alle forhold og omstændigheder i forbindelse med sagen i betragtning for at vurdere, om en tredjelandsvirksomhed retter henvendelse til kunder, der er etableret eller befinder sig i Unionen.
 15. Der henvises til bilaget for eksempler på tilfælde, hvor en tredjelandsvirksomhed sandsynligvis vil blive anset for at rette henvendelse til kunder i Unionen.
 16. ESMA anerkender, at der er omstændigheder, hvor tredjelandsvirksomheder kan anses for også, men ikke udelukkende, at rette henvendelse til kunder i EU³. I sådanne tilfælde kan tredjelandsvirksomheder træffe forholdsregler for at sikre, at de ikke overtræder godkendelseskravene i henhold til MiCA ved at afstå fra at levere kryptoaktivtjenester eller -aktiviteter til EU-kunder. Med henblik herpå kan tredjelandsvirksomheder f.eks. undlade at acceptere nye EU-kunders konti eller geoblokere⁴ adgangsmulighederne til deres kryptoaktivtjenester eller -aktiviteter.
 17. Undervisningsmaterialer, kurser og branchearrangementer, der udelukkende er til uddannelsesformål eller fokuserer på at dele viden om underliggende teknologier eller innovationer i branchen, bør ikke ligestilles med at rette henvendelse. Undervisningsmaterialer, kurser og branchearrangementer vil blive anset for at have den virkning, at de direkte eller indirekte fremmer tredjelandsvirksomheden eller dens kryptoaktivtjenester eller -aktiviteter, hvis f.eks. målgruppen omdirigeres til tredjelandsvirksomhedens websted, hvis der gives adgang til de tjenester, der udbydes af tredjelandsvirksomheden, hvis der udleveres brochurer knyttet til kryptoaktivtjenesterne, hvis målgruppen opfordres til at udfylde en kundeprofil, eller hvis tredjelandsvirksomhedens tjenester promoveres på en hvilken som helst anden måde.

³ F.eks. vil en tredjelandsvirksomhed kunne sponsorere en international sportskonkurrence, hvori medlemsstaters nationale hold eller EU-atleter også kan deltage. MiCA forbyder ikke sådanne sponsoraftaler, men virksomheden bør dermed anses for at henvende sig til kunder i EU og vil således ikke være i stand til at drage fordel af undtagelsen for omvendt henvendelse.

⁴ Hvis f.eks. adgangen til tredjelandsvirksomhedens websted er geografisk låst for EU-kunder med en IP-adresse i EU, og hvis tredjelandsvirksomhedens mobilapplikation ikke er tilgængelig for EU-landene i mobilapplikationsbutikker.

5.2 Person, der retter henvendelse (retningslinje 2)

18. De kompetente myndigheder bør tage i betragtning, at henvendelse kan finde sted, uanset hvem der udfører den.
19. Henvendelse kan foretages af tredjelandsvirksomheden selv eller af enhver person, der handler på dens vegne eller har tætte forbindelser til tredjelandsvirksomheden⁵. En person, der handler på vegne af en tredjelandsvirksomhed, kan gøre dette enten i) udtrykkeligt i medfør af en kontrakt eller ii) implicit på grundlag af en uformel aftale.
20. Disse personer kan omfatte såkaldte influencere. Tegn på, at en person handler på vegne af en tredjelandsvirksomhed, kan f.eks. være omdirigering af de besøgende til tredjelandsvirksomhedens websted, levering af adgang til de tjenester, der udbydes af tredjelandsvirksomheden, tilbud om rabatter eller visning af tredjelandsvirksomhedens logo. Forekommer der en form for aflønning eller fordel (monetær eller ikke-monetær), som tredjelandsvirksomheden yder tredjeparten, er det en stærk indikation for, at tredjeparten handler på vegne af tredjelandsvirksomheden. Manglende aflønning eller fordel medfører dog ikke nødvendigvis, at det kan udelukkes, at personen handler på vegne af tredjelandsvirksomheden.
21. Anmeldelser på eget initiativ (dvs. så længe de ikke udføres på vegne af) af en tredjelandsvirksomheds kryptoaktivtjenester eller -aktiviteter bør på den anden side ikke betragtes som henvendelser fra eller på vegne af tredjelandsvirksomheden. Sådanne anmeldelser kan dog kun anses for at være "på eget initiativ", hvis tredjelandsvirksomheden ikke har kendskab til anmeldelsen og ikke har givet sit samtykke hertil, tilskyndet til den eller på anden måde faciliteret den.
22. Hvis en person eller enhed, der er reguleret i EU, efter henvendelse på en tredjelandsvirksomheds vegne leverer kryptoaktivtjenester, bør dette stadig betragtes som en overtrædelse af MiCA. F.eks. må et kreditinstitut, et investeringsselskab eller en betalingstjenesteudbyder i EU ikke omdirigere kunder (f.eks. via sit websted) til kryptoaktivtjenester, der leveres af en tredjelandsvirksomhed. Dette gælder, uanset om den pågældende tredjelandsvirksomhed er en del af den samme koncern eller ej.

⁵ Som defineret i artikel 3, stk. 1, nr. 31), i MiCA.

5.3 Udelukkende på kundens eget initiativ (retningslinje 3)

23. En virksomhed bør ikke anses for at rette henvendelse til kunder, hvis kryptoaktivtjenesten eller -aktiviteten udelukkende leveres på kundens eget initiativ. Udelukkende på kundens eget initiativ skal fortolkes snævert.
24. Vurderingen af, om en udbyder af kryptoaktivtjenester henvender sig til en kunde, eller om kontakten sker udelukkende på kundens eget initiativ, bør være en faktuel vurdering. Kontraktlige ordninger eller ansvarsfraskrivelser kan ikke træde i stedet for modstridende faktiske omstændigheder.
25. Undtagelsen for omvendt henvendelse er baseret på den forudsætning, at kryptoaktivproduktet, -tjenesten eller -aktiviteten udelukkende leveres på kundens eget initiativ. Artikel 61, stk. 2, i MiCA giver tredjelandsvirksomheder mulighed for at markedsføre kryptoaktiver, kryptoaktivtjenester eller kryptoaktivaktiviteter af samme type til den pågældende kunde. Kravet om, at kryptoaktivtjenesterne skal leveres udelukkende på grundlag af kundens eget initiativ, gælder dog stadig.
26. Som sådan er tidspunktet for anmodningen fra kunden og for tilbud om, promovering af eller annoncering af andre kryptoaktivtjenester eller aktiviteter af samme type afgørende. Den nævnte bestemmelse bør derfor fortolkes således, at den ikke tillader tredjelandsvirksomheder at tilbyde kunden yderligere kryptoaktiver, kryptoaktivtjenester eller kryptoaktivaktiviteter, selv om disse tjenester eller aktiviteter er af samme type som den eller de tjenester eller aktiviteter, som kunden oprindeligt anmodede om, medmindre de tilbydes i forbindelse med den oprindelige transaktion.
27. Hvis kunden f.eks. kontakter tredjelandsvirksomheden for at købe kryptoaktivet X, kan virksomheden – på dette tidspunkt – markedsføre kryptoaktiver af samme type til kunden. Tredjelandsvirksomheden er dog ikke berettiget til at markedsføre yderligere transaktioner med kryptoaktivet X eller transaktioner med lignende kryptoaktiver til kunden en måned senere.
28. Tredjelandsvirksomheder skal kunne levere optegnelser, der afspejler forholdet til kunden, og navnlig om kunden har taget initiativ til at modtage kryptoaktivtjenester med hensyn til et nyt produkt.

5.4 Hvornår kan et kryptoaktiv eller en kryptoaktivtjeneste anses for at være af samme type (retningslinje 4)

29. Ordningen med omvendt henvendelse åbner mulighed for, at en tredjelandsvirksomhed kan markedsføre kryptoaktiver, kryptoaktivtjenester eller kryptoaktivaktiviteter af samme

type som i forbindelse med det forhold, der blev indledt udelukkende på en given kundes eget initiativ, forudsat at tredjelandsvirksomheden også overholder retningslinje 3 ovenfor.

30. Hvis tredjelandsvirksomheden ønsker at anvende en sådan mulighed, bør den fra sag til sag vurdere, om kryptoaktiver, kryptoaktivtjenester eller kryptoaktiviteter tilhører samme type under hensyntagen til elementer som (i) kategorien af de udbudte kryptoaktiver, kryptoaktivtjenester eller kryptoaktiviteter og (ii) de risici, der er forbundet med hvert kryptoaktiv, hver kryptoaktivtjeneste eller hver kryptoaktivitet.
31. Den kategorisering af kryptoaktiver og kryptoaktivtjenester eller kryptoaktiviteter, som en tredjelandsvirksomhed anvender, bør være tilstrækkelig detaljeret til at sikre, at undtagelsen for omvendt henvendelse ikke kan anvendes til at omgå kravene om tilladelse i artikel 59 i MiCA.
32. Nedenfor er opstillet en ikke-udtømmende liste over par af kryptoaktiver, der ikke bør anses for at tilhøre samme type kryptoaktiver med henblik på undtagelsen for omvendt henvendelse:
 - utility tokens, aktivbaserede tokens eller e-pengetokens
 - kryptoaktiver, der ikke lagres eller overføres ved hjælp af samme teknologi
 - e-pengetokens, der ikke henviser til den samme officielle valuta
 - aktivbaserede tokens, der hovedsagelig er baseret på FIAT-valutaer og aktivbaserede tokens med væsentlige kryptovalutaandele
 - likvide og illikvide kryptoaktiver
 - kryptoaktiver, der ikke er aktivbaserede tokens og e-pengetokens med en ikkeidentificerbar udbyder, og kryptoaktiver, der ikke er aktivbaserede tokens og e-pengetokens med en identificerbar udbyder.
33. Bemærk, at eksemplerne ovenfor ikke gælder den anden vej rundt. F.eks. tilhører e-pengetokens, der ikke henviser til den samme officielle valuta, ikke samme type. Det faktum, at to e-pengetokens refererer til den samme officielle valuta, betyder dog ikke nødvendigvis, at de er af samme type. Ligeledes tilhører kryptoaktiver, der ikke lagres eller overføres ved hjælp af samme teknologi, ikke samme type. Derimod er kryptoaktiver, der lagres eller overføres ved hjælp af samme teknologi, ikke nødvendigvis af samme type.

6. Retningslinjer for tilsynspraksis for at opdage og forhindre omgåelse af undtagelsen for omvendt henvendelse

34. Tredjelandsvirksomheder kan muligvis forsøge at omgå tilladelseskravene i artikel 59 i MiCA med forskellige midler og praksisser. Det er derfor afgørende, at de kompetente myndigheder nøje overvåger tredjelandsvirksomheders eventuelle aktiviteter i deres respektive jurisdiktioner. Eftersom kryptoaktivtjenester næsten udelukkende udbydes og promoveres online, bør der lægges særlig vægt på tredjelandsvirksomheders onlineaktiviteter.
35. De kompetente myndigheder bør anvende en eller flere af de tilsynspraksisser, der er beskrevet i retningslinjerne nedenfor.

6.1 Overvågning af enheder, som retter henvendelse til kunder, der er etableret eller befinder sig i Unionen, eller som er aktive i Unionen (retningslinje 1)

36. De kompetente myndigheder kan søge efter tredjelandsvirksomheder via telefonnumre, der begynder med lokale landekoder, eller postadresser, e-mailadresser eller webadresser, der indikerer eller antyder deres tilstedeværelse, i det mindste virtuelt, i EU (f.eks. URL'er, der slutter med "lu", "de", "fr" osv.).
37. De kompetente myndigheder kan også gennemføre forbrugerundersøgelser for at kortlægge virksomheder, der anvendes af forbrugere i deres jurisdiktion til kryptoaktivtjenester.
38. De kompetente myndigheder kan bruge markedsføringsovervågningsværktøjer, især dem med mulighed for at overvåge aktivitet på sociale medier, da de kan give en indikation af de geografiske markeder, som tredjelandsvirksomheder henvender sig til.

6.2 Udvekslinger med andre myndigheder (retningslinje 2)

39. De kompetente myndigheder kan arbejde tæt sammen med andre myndigheder (nationale myndigheder eller udenlandske myndigheder), der kan have indsigt i, om tredjelandsvirksomheder udbyder tjenester på det pågældende marked. Disse myndigheder kan omfatte politiet og lokale skattemyndigheder.

6.3 Opfølgning på klager fra kunder eller whistleblowere (retningslinje 3)

40. De kompetente myndigheder bør følge op på klager fra kunder eller oplysninger fra whistleblowere, der indikerer, at en tredjelandsvirksomhed kan have rettet henvendelse til kunder i deres jurisdiktion.

Bilag – Ikkeudtømmende liste med eksempler på omstændigheder, hvor en tredjelandsvirksomhed sandsynligvis vil blive anset for at rette henvendelse til kunder i Unionen

De eksempler på omstændigheder, der er nævnt i tabellen, bør læses sammen med de relevante retningslinjer.

Retningslinje	Beskrivelse
Retningslinje 1	En tredjelandsvirksomhed anvender strategier for regional eller landespecifik søgemaskineoptimering (SEO) til at optimere sin onlinetilstedeværelse og rangordne sig fremtrædende på søgemaskineresultatsiderne (SERP'er) for potentielle kunder i EU eller SERP'er tilhørende potentielle kunder i visse medlemsstater. Formålet med søgemaskineoptimering er at forbedre en websides placering i (ikke-betalte) søgemaskineresultater. En vellykket SEO fører til øget webtrafik og varemærkeeksponering. Regional eller landebaseret SEO giver en virksomhed i et tredjeland mulighed for at blive vist på en højere position i SERP'erne for potentielle kunder i EU. Regional eller landespecifik SEO kan f.eks. omfatte: i) anvendelse af et landekodetopdomæne (TLD) i domænenavnet (f.eks. ".fr", ".es", ".at") ii) anvendelse af et generisk TLD (f.eks. ".com" eller ".org") med EU-landespecifikke underkataloger (f.eks. ".com/fr", ".org/es") i domænenavnet iii) anvendelse af et generisk topdomæne, men med geografisk målretning gennem fastsættelse af kriterier i SEO-værktøjer iv) brug af geografisk målrettet linkbuilding⁶ som en del af virksomhedens markedsføringsstrategi for at opbygge trafik fra EU-baserede potentielle

⁶ Geografisk målrettet linkbuilding er, når en virksomhed modtager backlinks fra andre websteder inden for en geografisk region. Et backlink er et link fra et andet websted til virksomhedens websted, hvorved webtrafikken bliver omdirigeret eller tilskyndet til at gå fra det oprindelige websted til et andet.

	kunder (f.eks. en tredjelandsvirksomhed, der bruger backlinks på websteder med et EU-landespecifikt TLD eller underkatalog).
Retningslinje 1	En tredjelandsvirksomhed anvender geografiske målretningsstrategier til at køre digitale annoncer, det være sig på SERP'er eller sociale medieplatforme, som er rettet mod potentielle kunder i EU eller potentielle kunder i visse medlemsstater.
Retningslinje 1	En tredjelandsvirksomhed har et websted, der helt eller delvist er på et officielt EU-sprog – hvilket ikke er sædvanligt inden for international finans – (eller integrerede oversættelsesværktøjer på virksomhedens websted), og der er ingen forhold, der tyder på, at denne tredjelandsvirksomhed stammer fra en jurisdiktion, der bruger det samme sprog, eller at tredjelandsvirksomheden har en kundekreds eller henvender sig til potentielle kunder i en jurisdiktion uden for EU, der også bruger det samme sprog.
Retningslinje 1	En tredjelandsvirksomhed sponsorerer en sportsbegivenhed i EU eller en EU-medlemsstat, såsom et nationalt mesterskab eller et europæisk mesterskab.
Retningslinje 1	En tredjelandsvirksomhed omdirigerer potentielle kunder i EU til sit websted ved at indsætte et link til dette websted i kursus- eller uddannelsesmaterialer.
Retningslinje 1	En kryptokoncern (som omfatter både EU-regulerede enheder og tredjelandsvirksomheder) bruger strategier, som ikke i tilstrækkelig grad gør det muligt for kunden at skelne mellem de EU-regulerede enheders og tredjelandsvirksomhedernes tilbud.
Retningslinje 1	En tredjelandsvirksomhed besvarer en EU-baseret forespørgsel om andre regulerede tjenester eller aktiviteter end MiCA og bruger sine svar til at markedsføre sine kryptoaktivtjenester eller -aktiviteter.
Retningslinje 2	En tredjelandsvirksomhed bruger webstedet for et EU-datterselskab eller et EU-selskab – hvad enten det er reguleret eller ej – til at vise sit logo, et backlink til sit websted eller til at promovere sine tjenester eller aktiviteter i forbindelse med kryptoaktiver.
Retningslinje 2	En tredjelandsvirksomhed bruger en EU-baseret influencer eller indholdsskaber, der bliver betalt for at fremme virksomhedens kryptoaktiver, kryptoaktivtjenester eller kryptoaktiviteter eller for at opbygge virksomhedens profil på sociale medier eller anden måde.

Retningslinje 2	En EU-reguleret udbyder af kryptoaktiver omdirigerer EU-kunder, der har til hensigt at handle med uautoriserede aktivbaserede tokens, til en ikke-EU-handelsplatform eller -mægler i sin koncern.
Retningslinje 3	En tredjelandsvirksomhed kontaktes af en EU-kunde, der ønsker at købe et kryptoaktiv. EU-kunden installerer tredjelandsvirksomhedens mobilapplikation på sin mobiltelefon for at handle med sådanne kryptoaktiver. To dage efter den oprindelige transaktion modtager EU-kunden en push-meddelelse, der opfordrer vedkommende til på ny at anvende tredjelandsvirksomhedens mobilapplikation for at se, hvilke kryptoaktiver der trender, herunder kryptoaktiver, der ikke er af samme type som det, der oprindeligt blev handlet af EU-kunden.
Retningslinje 3	En tredjelandsvirksomhed kontaktes af en EU-kunde, der ønsker at købe et kryptoaktiv. EU-kunden installerer tredjelandsvirksomhedens mobilapplikation på sin mobiltelefon for at handle med sådanne kryptoaktiver. To måneder efter den oprindelige transaktion modtager EU-kunden en push-meddelelse, der opfordrer vedkommende til på ny at anvende tredjelandsvirksomhedens mobilapplikation for at handle mere (f.eks. en push-meddelelse om en midlertidig salgsfremmende aktivitet).
Retningslinje 4	En tredjelandsvirksomhed bliver kontaktet af en EU-kunde, der ønsker at købe et aktivbaseret token udstedt af en udsteder, der ikke er godkendt i henhold til afsnit III i MiCA. På tidspunktet for levering af den eller de relevante kryptoaktivtjenester markedsfører eller tilbyder tredjelandsvirksomheden også en helt anden type kryptoaktiv, f.eks. meme coins, til EU-kunden.
Retningslinje 4	En tredjelandsvirksomhed kontaktes af en EU-kunde, der ønsker at købe et aktivbaseret token, der er godkendt i EU i henhold til afsnit III i MiCA. På tidspunktet for levering af den eller de relevante kryptoaktivtjenester markedsfører eller tilbyder tredjelandsvirksomheden også meme coins til EU-kunden.
Retningslinje 4	En tredjelandsvirksomhed kontaktes af en person baseret i EU med henblik på levering af en specifik kryptoaktivtjeneste. Tredjelandsvirksomheden tilbyder efterfølgende denne person en pakke af bundtede kryptoaktivtjenester.