

Usmernenia

o situáciách, v ktorých sa spoločnosť z tretej krajiny považuje za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov usadených alebo nachádzajúcich sa v EÚ, a o postupoch dohľadu s cieľom odhaliť a predchádzať obchádzaniu výnimky investovania z vlastného výlučného podnetu klienta podľa nariadenia MiCA

Obsah

1. Rozsah pôsobnosti.....	1
2. Odkazy na právne predpisy, skratky a vymedzenie pojmov	1
2.1 Odkazy na právne predpisy	1
2.2 Skratky	2
2.3 Vymedzenie pojmov.....	2
3. Účel.....	3
4. Povinnosti v oblasti dodržiavania súladu a podávania správ	4
4.1 Status usmernení	4
4.2 Požiadavky na podávanie správ	4
5. Usmernenia k oslovovaniu klientov spoločnosťami z tretích krajín	5
5.1 Spôsoby oslovovania (usmernenie 1).....	5
5.2 Oslovujúca osoba (usmernenie 2)	7
5.3 Výlučný podnet klienta (usmernenie 3).....	8
5.4 Keď sú kryptoaktíva alebo služby kryptoaktív rovnakého druhu ako iné kryptoaktíva alebo služby kryptoaktív (usmernenie 4)	9
6. Usmernenia o postupoch dohľadu s cieľom odhaliť a predchádzať obchádzaniu výnimky investovania z vlastného podnetu	11
6.1 Monitorovanie subjektov, ktoré sa zameriavajú na klientov usadených alebo nachádzajúcich sa v Únii alebo pôsobiacich v Únii (usmernenie 1)	11
6.2 Výmena informácií s inými orgánmi (usmernenie 2).....	11
6.3 Reakcia na sťažnosti klientov alebo oznamovateľov (usmernenie 3).....	12
Príloha – Neúplný zoznam príkladov okolností, za ktorých sa spoločnosť z tretej krajiny pravdepodobne považuje za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov v Únii	13

1. Rozsah pôsobnosti

Dotknuté subjekty

1. Tieto usmernenia sa vzťahujú na príslušné orgány, ako sú vymedzené v článku 3 ods. 1 bode 35 nariadenia MiCA, a pokiaľ ide o oddiel 5, na spoločnosti z tretích krajín.

Predmet usmernení

2. Tieto usmernenia sa uplatňujú vo vzťahu k článku 61 nariadenia MiCA.

Časový rámec

3. Tieto usmernenia sa uplatňujú 60 kalendárnych dní od dátumu ich uverejnenia na webovom sídle orgánu ESMA vo všetkých úradných jazykoch EÚ.

2. Odkazy na právne predpisy, skratky a vymedzenie pojmov

2.1 Odkazy na právne predpisy

Nariadenie MiCA	Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2023/1114 z 31. mája 2023 o trhoch s kryptoaktívami a o zmene nariadení (EÚ) č. 1093/2010 a (EÚ) č. 1095/2010 a smerníc 2013/36/EÚ a (EÚ) 2019/1937 ¹ .
Nariadenie o orgáne ESMA	Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1095/2010 z 24. novembra 2010, ktorým sa zriaďuje Európsky orgán dohľadu (Európsky orgán pre cenné papiere a trhy) a ktorým sa mení a dopĺňa rozhodnutie č. 716/2009/ES a zrušuje rozhodnutie Komisie 2009/77/ES ²

¹ Ú. v. EÚ L 150, 9.6.2023, s. 40.

² Ú. v. EÚ L 331, 15.12.2010, s. 84.

2.2 Skratky

ESFS	Európsky systém finančného dohľadu
ESMA	Európsky orgán pre cenné papiere a trhy
EÚ	Európska únia

2.3 Vymedzenie pojmov

<i>Spoločnosť z tretej krajiny</i>	Spoločnosť, na ktorú by sa vzťahoval článok 59 nariadenia MiCA, ak by sa jej ústredie alebo sídlo nachádzali v Únii.
------------------------------------	--

3. Účel

4. Tieto usmernenia vychádzajú z článku 61 ods. 3 nariadenia MiCA. Cieľom týchto usmernení je stanoviť konzistentné, efektívne a účinné postupy dohľadu v rámci Európskeho systému finančného dohľadu (ESFS) a zaistiť spoločné, jednotné a konzistentné uplatňovanie ustanovení článku 61 nariadenia MiCA.
5. Ich cieľom je najmä podporiť väčšiu mieru konvergenzie pri výklade situácií a prístupov v oblasti dohľadu nad situáciami, v ktorých sa spoločnosť z tretej krajiny považuje za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov usadených alebo nachádzajúcich sa v Únii. Okrem toho, aby sa posilnila konvergencia a podporil konzistentný dohľad, pokiaľ ide o riziko zneužívania článku 61 nariadenia MiCA, cieľom týchto usmernení je aj podpora určitých postupov dohľadu s cieľom odhaliť a predchádzať obchádzaniu nariadenia MiCA.

4. Povinnosti v oblasti dodržiavania súladu a podávania správ

4.1 Status usmernení

6. Podľa článku 16 ods. 3 nariadenia o orgáne ESMA by mali príslušné orgány vynaložiť všetko úsilie na dodržanie týchto usmernení.
7. Príslušné orgány, na ktoré sa tieto usmernenia vzťahujú, by ich mali dodržiavať tak, že ich zodpovedajúcim spôsobom začlenia do svojich vnútroštátneho právneho rámca a/alebo rámca dohľadu.

4.2 Požiadavky na podávanie správ

8. Príslušné orgány, na ktoré sa tieto usmernenia vzťahujú, musia oznámiť orgánu ESMA, či i) dodržiavajú, ii) nedodržiavajú, ale plánujú dodržiavať, alebo iii) nedodržiavajú ani neplánujú dodržiavať tieto usmernenia, a to do dvoch mesiacov od dátumu uverejnenia usmernení na webovom sídle orgánu ESMA vo všetkých úradných jazykoch EÚ.
9. V prípade nedodržiavania musia príslušné orgány do dvoch mesiacov od dátumu uverejnenia usmernení na webovom sídle ESMA vo všetkých úradných jazykoch EÚ takisto oznámiť ESMA svoje dôvody nedodržiavania týchto usmernení.
10. Vzor oznámení je k dispozícii na webovom sídle orgánu ESMA. Po vyplnení sa vzor odošle orgánu ESMA.

5. Usmernenia k oslovovaniu klientov spoločnosťami z tretích krajín

5.1 Spôsoby oslovovania (usmernenie 1)

11. Oslovovanie klientov spoločnosťami z tretích krajín by sa malo vykladať všeobecne a technologicky neutrálnym spôsobom.
12. Oslovovanie zahŕňa propagáciu, reklamu alebo ponuku služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív klientom alebo potenciálnym klientom v Únii akýmkoľvek spôsobom. To môže bez obmedzenia zahŕňať:
 - internetové reklamy,
 - brožúry,
 - telefonické hovory,
 - e-mailové správy,
 - bannery, vyskakovacie okná a/alebo podobné nástroje na webových sídlach a sociálnych médiách,
 - osobné stretnutia,
 - tlačové správy,
 - iné formy fyzických alebo elektronických prostriedkov vrátane webových sídel, platforiem sociálnych médií, mobilných aplikácií,
 - účasti na putovných výstavách a obchodných veľtrhoch,
 - pozvánky na podujatia,
 - kampane affiliate partnerov,
 - opätovné zacielenie reklamy,
 - výzvy na vyplnenie formulára na odpoveď alebo na absolvovanie školenia,
 - platformy na posielanie správ,

- dohody o sponzorstve.
13. Reklamy, inzeráty, marketing a ponuky všeobecnej povahy, ako sú propagácia značky, a ktoré sú adresované verejnosti (so širokým a veľkým dosahom) môžu takisto predstavovať oslovenie.
 14. Príslušné vnútroštátne orgány by mali zvážiť všetky skutočnosti a okolnosti prípadu s cieľom posúdiť, či spoločnosť z tretej krajiny oslovuje klientov usadených alebo nachádzajúcich sa v Únii.
 15. Príklady okolností, za ktorých sa spoločnosť z tretej krajiny pravdepodobne považuje za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov v Únii, nájdete v prílohe k tomuto dokumentu.
 16. Orgán ESMA uznáva, že existujú okolnosti, za ktorých by sa spoločnosti z tretích krajín mohli považovať aj za oslovujúce klientov z EÚ, hoci nie výlučne³. V takýchto prípadoch môže spoločnosť z tretej krajiny prijať preventívne opatrenia, aby zabezpečila, že neporušuje požiadavky na povolenie podľa nariadenia MiCA, a zdrží sa poskytovania akýchkoľvek služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív klientom z EÚ. Na tento účel môže spoločnosť z tretej krajiny napríklad neakceptovať žiadne nové účty klientov z EÚ alebo geograficky blokovat⁴ prostriedky prístupu k svojim službám alebo činnostiam v oblasti kryptoaktív.
 17. Vzdelávacie materiály, školenia a podujatia v odvetví, ktoré sú čisto vzdelávacie alebo zamerané na výmenu poznatkov o základných technológiách alebo inováciách v odvetví, by sa nemali považovať za oslovovanie. Vzdelávacie materiály, školenia a podujatia v odvetví by sa považovali za majúce za následok priamu alebo nepriamu propagáciu spoločnosti z tretej krajiny alebo jej služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív, ak je napríklad publikum nasmerované na webové sídlo spoločnosti z tretej krajiny, sú uvedené spôsoby prístupu k službám ponúkaným spoločnosťou z tretej krajiny, sú rozdane brožúry súvisiace so službami kryptoaktív, publikum je vyzvané, aby

³ Napríklad spoločnosť z tretej krajiny môže sponzorovať medzinárodnú športovú súťaž, na ktorej sa môžu zúčastniť aj národné tímy členských štátov alebo športovci EÚ. V nariadení MiCA sa nezakazujú takéto dohody o sponzorstve. V dôsledku toho by sa však spoločnosť mala považovať za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov v EÚ, a preto by nemohla využívať výnimku investovania z vlastného výlučného podnetu.

⁴ Napríklad, ak je prístup na webové sídlo spoločnosti z tretej krajiny geograficky blokován pre klientov z EÚ s IP adresou s pôvodom v EÚ a ak mobilná aplikácia spoločnosti z tretej krajiny nebola dostupná pre krajiny EÚ v obchodoch s mobilnými aplikáciami.

vyplnilo profil klienta, alebo sú akýmkoľvek spôsobom propagované služby spoločnosti z tretej krajiny.

5.2 Oslovujúca osoba (usmernenie 2)

18. Príslušné orgány by mali zohľadniť, že k oslovovaniu môže dôjsť bez ohľadu na osobu, prostredníctvom ktorej sa vykonáva.
19. Oslovovanie môže vykonávať samotná firma z tretej krajiny alebo akákoľvek osoba konajúca v jej mene alebo s úzkymi väzbami na spoločnosť z tretej krajiny⁵. Osoba, ktorá koná v mene spoločnosti z tretej krajiny, tak môže robiť buď: i) výslovne na základe zmluvy; alebo ii) implicitne prostredníctvom neformálnej dohody.
20. Medzi takéto osoby môžu patriť tzv. influenceri. To, že osoba koná v mene spoločnosti z tretej krajiny, môže naznačovať napríklad nasmerovanie publika na webové sídlo spoločnosti z tretej krajiny, poskytnutie prostriedkov prístupu k službám ponúkaným spoločnosťou z tretej krajiny, ponúkание propagačných ponúk alebo zobrazenie loga spoločnosti z tretej krajiny. Ak bola tretej strane poskytnutá akákoľvek forma odmeny alebo výhody (peňažnej alebo nepeňažnej) spoločnosťou z tretej krajiny, malo by to byť silným náznakom toho, že tretia strana koná v mene spoločnosti z tretej krajiny. Absencia odmeňovania alebo výhody by však nemala nevyhnutne vylučovať skutočnosť, že daná osoba môže konať v mene spoločnosti z tretej krajiny.
21. Na druhej strane, preskúmania služieb alebo činností spoločnosti z tretej krajiny v oblasti kryptoaktív vykonané z vlastnej iniciatívy (t. j. pokiaľ sa nevykonávajú v jej mene) by sa nemali považovať za oslovovanie spoločnosťou z tretej krajiny alebo oslovovanie v jej mene. Takéto preskúmania sa však môžu považovať za „vlastnú iniciatívu“, len ak spoločnosť z tretej krajiny nemá vedomosti o preskúmaní a neschválila, nepodporovala ho ani ho inak neumožnila.
22. Poskytovanie služieb kryptoaktív osobou alebo subjektom regulovaným v EÚ v nadväznosti na oslovenie v mene spoločnosti z tretej krajiny, by sa stále malo považovať za porušenie nariadenia MiCA. Napríklad úverová inštitúcia, investičná spoločnosť alebo poskytovateľ platobných služieb v EÚ by nemali presmerovať klientov (napríklad prostredníctvom svojho webového sídla) na služby kryptoaktív poskytované

⁵ Ako sa vymedzuje v článku 3 ods. 31 nariadenia MiCA.

spoločnosťou z tretej krajiny. Platí to bez ohľadu na to, či je táto spoločnosť z tretej krajiny súčasťou tej istej skupiny alebo nie.

5.3 Výlučný podnet klienta (usmernenie 3)

23. Spoločnosť by sa nemala považovať za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov, ak sa služba kryptoaktív alebo činnosť v oblasti kryptoaktív poskytuje z výlučného podnetu klienta. Výlučný podnet klienta by sa mal vykladať reštriktívne.
24. To, či poskytovateľ služieb kryptoaktív oslovil klienta alebo či ku kontaktu došlo z výlučného podnetu klienta, by sa malo posudzovať na základe faktov. Zmluvné dojednania alebo vyhlásenia o odmietnutí zodpovednosti nemôžu nahradiť skutočnosti, ktoré sú s tým v rozpore.
25. Výnimka investovania z vlastného výlučného podnetu klienta vychádza z predpokladu, že produkt, služba alebo činnosť v oblasti kryptoaktív sa poskytuje výlučne z vlastného podnetu klienta. V článku 61 ods. 2 nariadenia MiCA sa spoločnosti z tretej krajiny ponecháva otvorená možnosť ponúkať tomuto klientovi rovnaký druh kryptoaktíva alebo služby či činnosti v oblasti kryptoaktív. Stále však platí požiadavka, aby sa služby kryptoaktív poskytovali výlučne z vlastného podnetu klienta.
26. Dôležitý je preto moment žiadosti klienta a ponuky, propagácie alebo reklamy rovnakého druhu iných služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív. Uvedené ustanovenie by sa preto malo vykladať tak, že neumožňuje spoločnostiam z tretích krajín ponúkať klientovi ďalšie kryptoaktíva alebo služby alebo činnosti v oblasti kryptoaktív, a to aj v prípade, že takéto služby alebo činnosti sú rovnakého druhu ako služby alebo činnosti, ktoré klient pôvodne požadoval, pokiaľ nie sú ponúkané v rámci pôvodnej transakcie.
27. Napríklad, ak klient kontaktuje firmu z tretej krajiny s cieľom kúpiť kryptoaktívum X, firma môže v tomto okamihu ponúknuť klientom kryptoaktíva rovnakého druhu. Spoločnosť z tretej krajiny by však nebola oprávnená ponúkať klientovi ďalšie transakcie s kryptoaktívami X alebo transakcie s podobnými kryptoaktívami o mesiac neskôr.
28. Spoločnosti z tretích krajín by mali byť schopné poskytnúť záznamy sledujúce vzťah s klientom, a najmä to, či klient prevzal iniciatívu pokiaľ ide o prijímanie služieb kryptoaktív v súvislosti s novým produktom.

5.4 Keď sú kryptoaktíva alebo služby kryptoaktív rovnakého druhu ako iné kryptoaktíva alebo služby kryptoaktív (usmernenie 4)

29. Režim investovania z vlastného podnetu ponecháva spoločnosti z tretej krajiny otvorenú možnosť ponúkať kryptoaktíva alebo služby alebo činnosti v oblasti kryptoaktív rovnakého druhu v kontexte vzťahu, ktorý sa začal výlučne z vlastného podnetu daného klienta, za predpokladu, že spoločnosť z tretej krajiny spĺňa aj uvedené usmernenie 3.
30. Ak chce spoločnosť z tretej krajiny využiť takúto možnosť, mala by posúdiť, či kryptoaktíva alebo služby alebo činnosti v oblasti kryptoaktív sú rovnakého druhu, a to v každom jednotlivom prípade, pričom by mala zohľadniť prvky, ako sú i) kategória ponúkaného kryptoaktíva alebo služby alebo činnosti v oblasti kryptoaktív a ii) riziká spojené s každým kryptoaktívom alebo službou alebo činnosťou v oblasti kryptoaktív.
31. Kategorizácia kryptoaktív a služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív, ktoré spoločnosť z tretej krajiny používa, by mala byť dostatočne podrobná na to, aby sa zabezpečilo, že výnimku investovania z vlastného výlučného podnetu klienta nemožno použiť na obchádzanie požiadaviek na povolenie podľa článku 59 nariadenia MiCA.
32. V ďalšom texte je uvedený demonštratívny zoznam párov kryptoaktív, ktoré by sa nemali považovať za patriace k rovnakému druhu kryptoaktív na účely výnimky investovania z vlastného podnetu:
- úžitkové tokeny, tokeny naviazané na aktíva alebo tokeny elektronických peňazí,
 - kryptoaktíva, ktoré nie sú uložené alebo prevádzané pomocou rovnakej technológie,
 - tokeny elektronických peňazí, ktoré neodkazujú na tú istú oficiálnu menu,
 - tokeny naviazané na aktíva, ktorými sú prevažne na zákonné platidlá a tokeny naviazané na aktíva, ktoré sú významne vážené v kryptomene,
 - likvidné a nelikvidné kryptoaktíva,
 - kryptoaktíva iné než tokeny naviazané na aktíva a tokeny elektronických peňazí s neidentifikovateľnou osobou, ktorá ich ponúka a kryptoaktíva iné než tokeny naviazané na aktíva a tokeny elektronických peňazí s identifikovateľnou osobou, ktorá ich ponúka.

33. Upozorňujeme, že uvedené príklady by sa nemali vykladať ako dôkaz opaku. Napríklad tokeny elektronických peňazí, ktoré neodkazujú na tú istú oficiálnu menu, nepatria do rovnakého druhu. Skutočnosť, že dva tokeny elektronických peňazí odkazujú na tú istú oficiálnu menu totiž nemusí nevyhnutne znamenať, že sú rovnakého druhu. Podobne kryptoaktíva, ktoré nie sú uložené alebo prevádzané pomocou rovnakej technológie, nepatria do rovnakého druhu. Kryptoaktíva uložené alebo prevádzané pomocou rovnakej technológie však nemusia byť nevyhnutne rovnakého druhu.

6. Usmernenia o postupoch dohľadu s cieľom odhaliť a predchádzať obchádzaniu výnimky investovania z vlastného výlučného podnetu klienta

34. Spoločnosti z tretích krajín sa môžu pokúsiť obchádzať požiadavky na povolenie podľa článku 59 nariadenia MiCA rôznymi prostriedkami a postupmi. Je preto mimoriadne dôležité, aby príslušné orgány dôsledne monitorovali akúkoľvek činnosť spoločností z tretích krajín v svojich príslušných jurisdikciách. Vzhľadom na to, že služby kryptoaktív sa takmer výlučne ponúkajú a propagujú online, osobitný dôraz by sa mal klásť na online činnosti spoločností z tretích krajín.
35. Príslušné orgány by mali používať jeden alebo viacero postupov dohľadu uvedených v nasledujúcich usmerneniach.

6.1 Monitorovanie subjektov, ktoré sa zameriavajú na klientov usadených alebo nachádzajúcich sa v Únii alebo pôsobiacich v Únii (usmernenie 1)

36. Príslušné orgány môžu vyhľadávať spoločnosti z tretích krajín s telefónnymi číslami začínajúcimi miestnymi kódmi krajiny alebo poštovými, e-mailovými alebo webovými adresami, ktoré označujú alebo naznačujú ich prítomnosť, aspoň virtuálnu, v Únii (napr. adresa URL končiaca sa „lu“, „de“, „fr“ atď.).
37. Príslušné orgány môžu okrem toho vykonávať spotrebiteľské prieskumy s cieľom identifikovať spoločnosti, ktoré spotrebiteľia v ich jurisdikcii využívajú v prípade služieb kryptoaktív.
38. Príslušné orgány môžu používať nástroje na monitorovanie marketingovej činnosti, najmä tie, ktoré majú schopnosť monitorovať činnosť v sociálnych médiách, keďže môžu poskytnúť informácie o geografických trhoch, na ktoré sa zameriavajú spoločnosti z tretích krajín.

6.2 Výmena informácií s inými orgánmi (usmernenie 2)

39. Príslušné orgány môžu úzko spolupracovať s inými orgánmi (vnútroštátnymi orgánmi alebo zahraničnými orgánmi), ktoré by mohli mať prehľad o tom, či spoločnosti z tretích krajín ponúkajú služby na relevantnom trhu. Takýmito orgánmi môže byť polícia a miestne daňové orgány.

6.3 Reakcia na sťažnosti klientov alebo oznamovateľov (usmernenie 3)

40. Príslušné orgány by mali reagovať na sťažnosti klientov alebo informácie od oznamovateľov, z ktorých vyplýva, že spoločnosť z tretej krajiny mohla oslovovať klientov v ich jurisdikcii.

Príloha – Demonštratívny zoznam príkladov okolností, za ktorých sa spoločnosť z tretej krajiny pravdepodobne považuje za spoločnosť, ktorá oslovuje klientov v Únii

Príklady okolností uvedené v tabuľke by sa mali vykladať spolu s príslušnými usmerneniami.

Usmernenie	Opis
Usmernenie 1	Spoločnosť z tretej krajiny využíva stratégie optimalizácie pre vyhľadávače (SEO) špecifické pre jednotlivé regióny alebo krajiny s cieľom optimalizovať svoju prítomnosť na internete a dobre sa umiestniť na stránkach výsledkov vyhľadávania potenciálnych klientov z EÚ alebo potenciálnych klientov z určitých členských štátov. Cieľom SEO je zlepšiť poradie webovej stránky na stránkach (neplatených) výsledkov vyhľadávania. Úspešná SEO vedie k zvýšeniu návštevnosti webovej stránky a zviditeľneniu značky. SEO zameraná na región alebo krajinu umožňuje spoločnosti z tretej krajiny získať vyššie umiestnenie na stránkach výsledkov vyhľadávania potenciálnych klientov z EÚ. SEO špecifická pre región alebo krajinu môže zahŕňať napríklad: i) používanie domény najvyššej úrovne s kódom krajiny v názve domény (napríklad „.fr“, „.es“, „.at“); ii) používanie všeobecnej domény najvyššej úrovne (ako napríklad „.com“ alebo „.org“) s podadresármi pre jednotlivé krajiny EÚ (ako napríklad „.com/fr“, „.org/es“) v mene domény; iii) používanie všeobecnej domény najvyššej úrovne, ale s využitím geografického zacielenia pri nastavovaní kritérií v nástrojoch SEO; iv) používanie geograficky cieleného vytvárania odkazov⁶ ako súčasť marketingovej stratégie na dosiahnutie návštevnosti od potenciálnych

⁶ Geograficky cielené vytváranie odkazov znamená, že spoločnosť získa spätné odkazy z iných webových sídel v rámci určitého geografického regiónu. Spätný odkaz je odkaz z inej webovej stránky na webovú stránku spoločnosti, čím sa presmeruje alebo podporuje návštevnosť z pôvodnej webovej stránky na ďalšiu stránku.

	klientov z EÚ (napríklad spoločnosť z tretej krajiny používa spätné odkazy na webové sídla s doménou najvyššej úrovne alebo podadresárom špecifickým pre krajinu EÚ).
Usmernenie 1	Spoločnosť z tretej krajiny využíva stratégie geografického zacielenia pri umiestňovaní digitálnych reklám, či už na stránkach výsledkov vyhľadávania alebo na platformách sociálnych médií, ktoré sa zameriavajú na potenciálnych klientov z EÚ alebo potenciálnych klientov z určitých členských štátov.
Usmernenie 1	Spoločnosť z tretej krajiny má webové sídlo alebo časť webového sídla v úradnom jazyku Únie - ktorý nie je v oblasti medzinárodných financií obvyklý – (alebo má na svojom webovom sídle integrované prekladateľské nástroje) a nič nenasvedčuje tomu, že takáto spoločnosť z tretej krajiny pochádza z jurisdikcie, ktorá používa rovnaký jazyk, alebo že spoločnosť z tretej krajiny má klientov alebo sa zameriava na potenciálnych klientov v jurisdikcii mimo EÚ, ktorá tiež používa rovnaký jazyk.
Usmernenie 1	Spoločnosť z tretej krajiny sponzoruje športové podujatie zamerané na EÚ alebo členský štát, ako napríklad národné majstrovstvá alebo majstrovstvá Európy.
Usmernenie 1	Spoločnosť z tretej krajiny presmeruje potenciálnych klientov EÚ na svoje webové sídlo zahrnutím odkazu na takéto webové sídlo v materiáloch na odbornú prípravu alebo vzdelávacích materiáloch.
Usmernenie 1	Skupina zameraná na kryptoaktíva (zahŕňajúca regulované subjekty z EÚ aj spoločnosti z tretích krajín) používa stratégie, ktoré klientovi neumožňujú dostatočne rozlišovať medzi ponukou regulovaných subjektov z EÚ a spoločností z tretích krajín.
Usmernenie 1	Spoločnosť z tretej krajiny odpovedá na otázku týkajúcu sa služieb alebo činností, ktoré nie sú regulované v rámci nariadenia MiCA, a používa svoje odpovede na ponúkanie svojich služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív.
Usmernenie 2	Spoločnosť z tretej krajiny používa webové sídlo pridruženej spoločnosti z EÚ alebo spoločnosti z EÚ – či už regulovanej alebo neregulovanej – na zobrazenie svojho loga, spätného odkazu na svoje webové sídlo alebo propagáciu svojich služieb alebo činností v oblasti kryptoaktív.

Usmernenie 2	Spoločnosť z tretej krajiny využíva influencera alebo tvorcu obsahu so sídlom v EÚ a odmeňuje ho s cieľom ponúkať svoje kryptoaktíva alebo služby či činnosti v oblasti kryptoaktív alebo s cieľom budovať ich profil na sociálnych sieťach alebo iným spôsobom.
Usmernenie 2	Poskytovateľ služieb kryptoaktív regulovaný v EÚ presmeruje klientov z EÚ, ktorí majú v úmysle obchodovať s neoprávneným tokenom naviazaným na aktíva, na obchodnú platformu mimo EÚ alebo na sprostredkovateľa svojej skupiny.
Usmernenie 3	Spoločnosť z tretej krajiny kontaktuje klient z EÚ, ktorý chce kúpiť kryptoaktívum. Klient z EÚ nainštaluje mobilnú aplikáciu spoločnosti z tretej krajiny na svoj mobilný telefón s cieľom obchodovať s takýmito kryptoaktívami. Dva dni po prvotnej transakcii dostane klient z EÚ priamu notifikáciu, ktorou sa vyzýva, aby opäť otvoril mobilnú aplikáciu spoločnosti z tretej krajiny a aby si pozrel, ktoré kryptoaktíva sú populárne, vrátane kryptoaktív, ktoré nie sú rovnakého typu ako tie, s ktorým klient z EÚ pôvodne obchodoval.
Usmernenie 3	Spoločnosť z tretej krajiny kontaktuje klient z EÚ, ktorý chce kúpiť kryptoaktívum. Klient z EÚ nainštaluje mobilnú aplikáciu spoločnosti z tretej krajiny na svoj mobilný telefón s cieľom obchodovať s takýmito kryptoaktívami. Dva mesiace po prvotnej transakcii dostane klient z EÚ priamu notifikáciu, ktorou sa vyzýva, aby opäť otvoril mobilnú aplikáciu spoločnosti z tretej krajiny a aby opäť obchodoval (napríklad priama notifikácia v súvislosti s dočasnou propagáciou).
Usmernenie 4	Spoločnosť z tretej krajiny kontaktuje klient z EÚ, ktorý chce kúpiť token naviazaný na aktíva emitovaný emitentom, ktorému nebolo udelené povolenie v súlade s hlavou III nariadenia MiCA. V čase poskytovania príslušnej(-ých) služby(-ieb) kryptoaktív spoločnosť z tretej krajiny takisto predáva alebo ponúka klientovi z EÚ úplne iný druh kryptoaktíva, napríklad tzv. meme coins.

Usmernenie 4	Spoločnosť z tretej krajiny kontaktuje klient z EÚ, ktorý chce kúpiť token naviazaný na aktíva povolený v EÚ podľa hlavy III nariadenia MiCA. V čase poskytovania príslušnej(-ých) služby(-ieb) kryptoaktív spoločnosť z tretej krajiny takisto predáva alebo ponúka klientovi z EÚ tzv. meme coins.
Usmernenie 4	Spoločnosť z tretej krajiny kontaktuje jednotlivca so sídlom v EÚ na účely poskytovania konkrétnej služby kryptoaktív. V reakcii na to spoločnosť z tretej krajiny ponúkne tejto osobe balík služieb kryptoaktív.