

Orientamenti

sulle situazioni in cui si ritiene che un'impresa di un paese terzo cerchi di procurarsi clienti stabiliti o residenti nell'UE e sulle prassi di vigilanza volte a individuare e prevenire l'elusione dei criteri relativi all'esenzione per iniziativa esclusiva dei clienti ai sensi del regolamento relativo ai mercati delle crypto-attività (MiCA).

Indice

1. Ambito di applicazione	1
2. Riferimenti normativi, abbreviazioni e definizioni	1
2.1 Riferimenti normativi	1
2.2 Abbreviazioni	2
2.3 Definizioni	2
3. Finalità.....	3
4. Conformità e obblighi di notifica	4
4.1 Status degli orientamenti	4
4.2 Obblighi di notifica.....	4
5. Orientamenti sulla sollecitazione di clienti da parte di imprese di paesi terzi.....	5
5.1 Mezzi di sollecitazione (orientamento 1).....	5
5.2 Persona che cerca di procurarsi clienti (orientamento 2).....	7
5.3 Iniziativa esclusiva del cliente (orientamento 3).....	8
5.4 Cripto-attività o servizio per le cripto-attività dello stesso tipo (orientamento 4)	9
6. Orientamenti sulle prassi di vigilanza volte a individuare e prevenire l'elusione dei criteri relativi all'esenzione per iniziativa esclusiva del cliente	11
6.1 Monitoraggio di soggetti che si rivolgono a clienti stabiliti, residenti o attivi nell'Unione (orientamento 1).....	11
6.2 Scambi con altre autorità (orientamento 2).....	11
6.3 Gestione dei reclami dei clienti o delle denunce di irregolarità da parte di informatori (<i>whistle-blowers</i>) (orientamento 3)	12
Allegato. Elenco non esaustivo di esempi di circostanze in cui si può ritenere che un'impresa di un paese terzo stia cercando di procurarsi clienti nell'Unione.....	13

1. Ambito di applicazione

Destinatari

1. I presenti orientamenti si applicano alle autorità competenti di cui all'articolo 3, paragrafo 1, punto 35), del MiCA e, per quanto riguarda la sezione 5, alle imprese di paesi terzi.

Oggetto

2. I presenti orientamenti si applicano con riferimento all'articolo 61 del MiCA.

Tempistiche

3. I presenti orientamenti si applicano a decorrere da 60 giorni di calendario successivi alla loro data di pubblicazione sul sito web dell'ESMA in tutte le lingue ufficiali dell'UE.

2. Riferimenti normativi, abbreviazioni e definizioni

2.1 Riferimenti normativi

MiCA	Regolamento (UE) 2023/1114 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 31 maggio 2023, relativo ai mercati delle cripto-attività e che modifica i regolamenti (UE) n. 1093/2010 e (UE) n. 1095/2010 e le direttive 2013/36/UE e (UE) 2019/1937 ⁽¹⁾ .
Regolamento ESMA	Regolamento (UE) n. 1095/2010 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 24 novembre 2010, che istituisce l'Autorità europea di vigilanza (Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati), modifica la decisione n. 716/2009/CE e abroga la decisione 2009/77/CE della Commissione ⁽²⁾

⁽¹⁾ GU L 150 del 9.6.2023, pag. 40.

⁽²⁾ GU L 331 del 15.12.2010, pag. 84.

2.2 Abbreviazioni

ESMA	Autorità europea degli strumenti finanziari e dei mercati
SEVIF	Sistema europeo di vigilanza finanziaria
UE	Unione europea

2.3 Definizioni

<i>Impresa di un paese terzo</i>	Un'impresa che sarebbe soggetta all'articolo 59 del MiCA se la sua sede centrale o sede legale fosse situata all'interno dell'Unione
----------------------------------	--

3. Finalità

4. I presenti orientamenti si basano sull'articolo 61, paragrafo 3, del MiCA e perseguono l'obiettivo di stabilire prassi di vigilanza uniformi, efficienti ed efficaci nell'ambito del SEVIF nonché di assicurare l'applicazione comune, uniforme e coerente delle disposizioni di cui all'articolo 61 del MiCA.
5. In particolare, mirano a promuovere una maggiore convergenza nell'interpretazione e negli approcci di vigilanza delle situazioni in cui si ritiene che un'impresa di un paese terzo stia cercando di procurarsi clienti stabiliti o residenti nell'Unione. Inoltre, al fine di favorire la convergenza e promuovere una vigilanza coerente rispetto al rischio di abusi di cui all'articolo 61 del MiCA, i presenti orientamenti mirano anche a promuovere determinate prassi di vigilanza volte a individuare e prevenire l'elusione del MiCA.

4. Conformità e obblighi di notifica

4.1 Status degli orientamenti

6. Ai sensi dell'articolo 16, paragrafo 3, del regolamento ESMA, le autorità competenti dovrebbero compiere ogni sforzo per conformarsi ai presenti orientamenti.
7. Le autorità competenti alle quali si applicano i presenti orientamenti dovrebbero integrarli nei propri quadri giuridici e/o di vigilanza nazionali, a seconda dei casi.

4.2 Obblighi di notifica

8. Entro due mesi dalla data di pubblicazione degli orientamenti sul sito web dell'ESMA in tutte le lingue ufficiali dell'UE, le autorità competenti alle quali si applicano i presenti orientamenti devono notificare all'ESMA se i) sono conformi, ii) non sono conformi, ma intendono conformarsi, o iii) non sono conformi e non intendono conformarsi agli orientamenti.
9. In caso di non conformità, le autorità competenti devono inoltre notificare all'ESMA, entro due mesi dalla data di pubblicazione degli orientamenti sul sito web dell'ESMA in tutte le lingue ufficiali dell'UE, i motivi per cui non si conformano a tali orientamenti.
10. Un modello di notifica è disponibile sul sito web dell'ESMA. Una volta compilato, siffatto modello è trasmesso all'ESMA.

5. Orientamenti sulla sollecitazione di clienti da parte di imprese di paesi terzi

5.1 Mezzi di sollecitazione (orientamento 1)

11. La sollecitazione di clienti da parte di imprese di paesi terzi dovrebbe essere interpretata in modo ampio e neutrale dal punto di vista tecnologico.
12. La sollecitazione comprende la promozione, la pubblicità o l'offerta di attività o servizi per le crypto-attività a clienti o potenziali clienti nell'Unione mediante qualsiasi mezzo. Ciò può comprendere, a titolo esemplificativo e non esaustivo:
 - spot pubblicitari su internet;
 - opuscoli;
 - chiamate telefoniche;
 - e-mail;
 - banner, pop-up e/o strumenti analoghi su siti web e social media;
 - incontri di persona;
 - comunicati stampa;
 - altre forme di mezzi fisici o elettronici, tra cui siti web, piattaforme di social media, applicazioni mobili;
 - partecipazioni a manifestazioni promozionali e fieristiche;
 - inviti a eventi;
 - campagne di affiliazione;
 - riorientamento della pubblicità;
 - inviti a compilare moduli di risposta o a seguire corsi di formazione;
 - piattaforme di messaggistica;

- accordi di sponsorizzazione.
13. Anche attività come promozioni, pubblicità, marketing e offerte di carattere generale, comprese le campagne pubblicitarie dei marchi, possono configurarsi come sollecitazioni se rivolte a un pubblico ampio e generico.
 14. Le autorità nazionali competenti dovrebbero considerare tutti i fatti e le circostanze del caso per valutare se un'impresa di un paese terzo stia cercando di procurarsi clienti stabiliti o residenti nell'Unione.
 15. Si rimanda all'allegato per gli esempi di circostanze in cui si può ritenere che un'impresa di un paese terzo stia cercando di procurarsi clienti nell'Unione.
 16. L'ESMA riconosce che vi sono circostanze in cui imprese di paesi terzi siano considerate impegnate nel tentativo di procurarsi clienti dell'UE, anche se tale attività non rappresenta il loro obiettivo esclusivo ⁽³⁾. In questi casi, l'impresa del paese terzo può adottare misure precauzionali per accertarsi di non violare i requisiti di autorizzazione previsti dal MiCA, astenendosi dal fornire attività o servizi per le crypto-attività a clienti dell'UE. A tal fine, l'impresa del paese terzo potrebbe, ad esempio, rifiutare l'apertura di nuovi conti per clienti dell'UE o porre in essere blocchi geografici ⁽⁴⁾ per limitare l'accesso ai propri servizi o attività per le crypto-attività.
 17. I materiali didattici, i corsi di formazione e gli eventi di settore che sono esclusivamente didattici o incentrati sulla condivisione delle conoscenze in merito alle tecnologie sottostanti o alle innovazioni del settore non dovrebbero essere considerati come sollecitazione. I materiali didattici, i corsi di formazione e gli eventi di settore saranno considerati come aventi l'effetto di promuovere, direttamente o indirettamente, l'impresa di un paese terzo o le sue attività o i suoi servizi per le crypto-attività qualora, ad esempio, il pubblico sia indirizzato al sito web dell'impresa del paese terzo, siano fornite le modalità di accesso ai servizi offerti dall'impresa del paese terzo, vengano distribuiti

⁽³⁾ Ad esempio, un'impresa di un paese terzo può sponsorizzare una competizione sportiva internazionale alla quale partecipano anche squadre nazionali degli Stati membri o atleti dell'UE. Il MiCA non vieta tali accordi di sponsorizzazione. Tuttavia, in siffatte circostanze, si dovrebbe concludere che l'impresa sta attivamente cercando di acquisire clienti nell'UE e, di conseguenza, non potrebbe avvalersi dell'esenzione prevista per l'iniziativa esclusiva dei clienti.

⁽⁴⁾ Ad esempio, ciò potrebbe verificarsi qualora l'accesso al sito web dell'impresa del paese terzo fosse soggetto a un blocco geografico per i clienti dell'UE con un indirizzo IP proveniente dall'UE, o se l'applicazione mobile dell'impresa del paese terzo non fosse disponibile negli store di applicazioni per dispositivi mobili nei paesi dell'UE.

opuscoli correlati ai servizi per le cripto-attività, il pubblico sia invitato a compilare un profilo cliente o, in qualsiasi altro modo, i servizi dell'impresa siano promossi.

5.2 Persona che cerca di procurarsi clienti (orientamento 2)

18. Le autorità competenti dovrebbero tenere conto del fatto che la sollecitazione di clienti può avvenire indipendentemente dalla persona tramite la quale viene effettuata.
19. I clienti possono essere procurati direttamente dall'impresa del paese terzo o da qualsiasi persona che agisca per suo conto o intrattenga stretti legami con essa ⁽⁵⁾. Una persona che agisce per conto di un'impresa di un paese terzo può farlo: i) in base a un contratto formale esplicito; o ii) mediante un accordo informale implicito.
20. Tali persone possono essere i cosiddetti «influencer». I fattori che suggeriscono che una persona stia agendo per conto di un'impresa di un paese terzo possono includere, ad esempio, l'indirizzamento del pubblico al sito web dell'impresa di un paese terzo, la fornitura di mezzi per accedere ai servizi offerti dall'impresa di un paese terzo, la promozione di offerte speciali o la visualizzazione del logo dell'impresa di un paese terzo. L'erogazione, da parte di un'impresa di un paese terzo, di qualsiasi forma di remunerazione o beneficio, sia esso monetario o non monetario, a un soggetto terzo dovrebbe rappresentare un chiaro indicatore che tale soggetto opera per conto dell'impresa del paese terzo. L'assenza di remunerazione o beneficio non dovrebbe tuttavia escludere necessariamente la possibilità che la persona stia agendo per conto dell'impresa del paese terzo.
21. Le verifiche effettuate di propria iniziativa, ossia non per conto di un'impresa, relative alle attività o ai servizi per le cripto-attività di un'impresa di un paese terzo, non dovrebbero essere interpretate come una sollecitazione effettuata da o per conto di tale impresa. Tali verifiche, tuttavia, possono essere qualificate come effettuate «di propria iniziativa» solo nel caso in cui l'impresa di un paese terzo non ne sia a conoscenza, né le abbia approvate, incoraggiate o facilitate in alcun modo.
22. La fornitura di servizi per le cripto-attività a seguito di sollecitazione per conto di un'impresa di un paese terzo da parte di una persona o di un'entità regolamentata nell'UE dovrebbe comunque essere considerata una violazione del MiCA. Ad esempio, un ente creditizio, un'impresa di investimento o un fornitore di servizi di pagamento dell'UE non dovrebbe reindirizzare i clienti (ad esempio, tramite il proprio sito web) verso

⁽⁵⁾ Secondo la definizione di cui all'articolo 3, punto 31), del MiCA.

servizi per le cripto-attività prestati da un'impresa di un paese terzo. Questo vale a prescindere dal fatto che l'impresa di un paese terzo faccia parte o meno dello stesso gruppo.

5.3 Iniziativa esclusiva del cliente (orientamento 3)

23. Non si dovrebbe ritenere che un'impresa stia cercando di procurarsi clienti se l'attività o il servizio per le cripto-attività avviene su iniziativa esclusiva del cliente. L'iniziativa esclusiva del cliente dovrebbe essere interpretata in modo restrittivo.
24. La valutazione volta a stabilire se un prestatore di servizi per le cripto-attività abbia cercato di procurarsi un cliente o se il contatto sia stato avviato esclusivamente dal cliente dovrebbe basarsi su elementi fattuali. Accordi contrattuali o clausole di esclusione della responsabilità non possono prevalere su fatti che dimostrano il contrario.
25. L'esenzione per iniziativa esclusiva dei clienti si basa sulla premessa che il prodotto, l'attività o il servizio per le cripto-attività è fornito su iniziativa esclusiva del cliente. L'articolo 61, paragrafo 2, del MiCA lascia aperta la possibilità per l'impresa di un paese terzo di proporre al cliente in questione cripto-attività o attività o servizi per le cripto-attività dello stesso tipo. Tuttavia resta valido il requisito secondo cui i servizi per le cripto-attività debbano essere prestati sulla base dell'iniziativa esclusiva del cliente.
26. Pertanto, risulta fondamentale considerare il momento in cui il cliente effettua la richiesta e il momento in cui viene presentata l'offerta, la promozione o la pubblicità di altre attività o servizi per le cripto-attività dello stesso tipo. La suddetta disposizione dovrebbe pertanto essere interpretata nel senso che non consente alle imprese di paesi terzi di proporre al cliente ulteriori cripto-attività, o attività o servizi per le cripto-attività, anche se dello stesso tipo di quelli inizialmente richiesti dal cliente, salvo che tali ulteriori offerte siano effettuate nel contesto dell'operazione iniziale.
27. Ad esempio, se il cliente contatta l'impresa del paese terzo per acquistare la cripto-attività X, l'impresa può – in quel momento – proporre ai clienti cripto-attività dello stesso tipo. Tuttavia l'impresa del paese terzo non sarebbe autorizzata a proporre al cliente ulteriori operazioni per la cripto-attività X o operazioni in cripto-attività simili un mese dopo.
28. Le imprese di paesi terzi dovrebbero essere in grado di mantenere registri che documentino il rapporto con il cliente, in particolare per dimostrare se l'iniziativa di richiedere servizi per le cripto-attività in relazione a un nuovo prodotto sia partita dal cliente.

5.4 Cripto-attività o servizio per le cripto-attività dello stesso tipo (orientamento 4)

29. Il regime di iniziativa esclusiva del cliente lascia aperta la possibilità per un'impresa di un paese terzo di proporre cripto-attività o attività o servizi per le cripto-attività dello stesso tipo nel contesto del rapporto avviato su iniziativa esclusiva di un determinato cliente, a condizione che l'impresa del paese terzo sia conforme anche al precedente orientamento 3.
30. Qualora l'impresa del paese terzo intenda avvalersi di tale possibilità, dovrebbe valutare, caso per caso, se le cripto-attività o le attività o i servizi per le cripto-attività appartengono alla stessa tipologia, tenendo conto di elementi quali i) la categoria della cripto-attività o dell'attività o servizio per le cripto-attività offerto e ii) i rischi connessi a ogni cripto-attività o attività o servizio per le cripto-attività.
31. La classificazione delle cripto-attività e delle attività o dei servizi per le cripto-attività di cui si avvale un'impresa di un paese terzo dovrebbe essere sufficientemente dettagliata da garantire che l'esenzione per iniziativa esclusiva del cliente non possa essere utilizzata per eludere i requisiti di autorizzazione di cui all'articolo 59 del MiCA.
32. Di seguito è riportato un elenco non esaustivo di coppie di cripto-attività che non dovrebbero essere considerate come appartenenti allo stesso tipo di cripto-attività ai fini dell'esenzione per iniziativa esclusiva del cliente:
- utility token, token collegati ad attività o token di moneta elettronica;
 - cripto-attività non conservate o trasferite tramite la medesima tecnologia;
 - token di moneta elettronica che non fanno riferimento alla stessa valuta ufficiale;
 - token collegati ad attività basati principalmente su valute FIAT e token collegati ad attività che presentano significative ponderazioni delle criptovalute;
 - cripto-attività liquide e illiquide;
 - cripto-attività diverse dai token collegati ad attività e dai token di moneta elettronica con un offerente non identificabile e cripto-attività diverse dai token collegati ad attività e dai token di moneta elettronica con un offerente identificabile.
33. Si tenga presente che gli esempi di cui sopra non devono essere letti *a contrario*. Ad esempio, i token di moneta elettronica che non fanno riferimento alla stessa valuta ufficiale non appartengono allo stesso tipo. Il fatto, però, che due token di moneta

elettronica facciano riferimento alla stessa valuta ufficiale non significa necessariamente che siano dello stesso tipo. Analogamente le cripto-attività non conservate o trasferite utilizzando la stessa tecnologia non appartengono alla stessa tipologia. Tuttavia, le cripto-attività conservate o trasferite utilizzando la stessa tecnologia non sono necessariamente dello stesso tipo.

6. Orientamenti sulle prassi di vigilanza volte a individuare e prevenire l'elusione dei criteri relativi all'esenzione per iniziativa esclusiva del cliente

34. È possibile che le imprese di paesi terzi tentino di aggirare i requisiti di autorizzazione di cui all'articolo 59 del MiCA con vari mezzi e pratiche. È pertanto fondamentale che le autorità competenti monitorino attentamente l'eventuale attività delle imprese di paesi terzi nelle rispettive giurisdizioni. Poiché i servizi per le crypto-attività sono offerti e promossi quasi esclusivamente online, occorre prestare particolare attenzione alle attività online delle imprese dei paesi terzi.
35. Le autorità competenti dovrebbero utilizzare una o più delle prassi di vigilanza descritte negli orientamenti seguenti.

6.1 Monitoraggio di soggetti che si rivolgono a clienti stabiliti, residenti o attivi nell'Unione (orientamento 1)

36. Le autorità competenti possono cercare imprese di paesi terzi con numeri di telefono che iniziano con il prefisso locale o indirizzi postali, di posta elettronica o siti web che indichino o alludano alla loro presenza, quanto meno virtuale, nell'Unione (ad esempio, URL che terminano con «lu», «de», «fr» ecc.)
37. Le autorità competenti possono inoltre condurre indagini presso i consumatori al fine di individuare le imprese utilizzate da questi nella propria giurisdizione in relazione ai servizi per le crypto-attività.
38. Le autorità competenti possono avvalersi di strumenti di monitoraggio del marketing, in particolare quelli che consentono di analizzare l'attività sui social media, in quanto potrebbero fornire un'indicazione dei mercati geografici cui si rivolgono le imprese di paesi terzi.

6.2 Scambi con altre autorità (orientamento 2)

39. Le autorità competenti possono intraprendere una stretta collaborazione con altre autorità, sia nazionali che estere, al fine di determinare se imprese di paesi terzi stiano offrendo servizi nel mercato di riferimento. Tali autorità possono comprendere le forze di polizia e le autorità fiscali locali.

6.3 Gestione dei reclami dei clienti o delle denunce di irregolarità da parte di informatori (*whistle-blowers*) (orientamento 3)

40. Le autorità competenti dovrebbero dare seguito ai reclami dei clienti o alle informazioni provenienti dagli informatori che indicano che un'impresa di un paese terzo potrebbe aver cercato di procurarsi clienti nella loro giurisdizione.

Allegato. Elenco non esaustivo di esempi di circostanze in cui si può ritenere che un'impresa di un paese terzo stia cercando di procurarsi clienti nell'Unione

Gli esempi di circostanze menzionati nella tabella dovrebbero essere letti unitamente agli orientamenti pertinenti.

Orientamento	Descrizione
Orientamento 1	Un'impresa di un paese terzo utilizza strategie di ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) regionali o specifiche per paese al fine di incrementare la propria presenza online e posizionarsi tra i primi posti nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca (SERP) di potenziali clienti dell'UE o nelle SERP di potenziali clienti di alcuni Stati membri. L'obiettivo della SEO è di migliorare il posizionamento di un sito web nei risultati dei motori di ricerca (non a pagamento). Una SEO efficace genera un incremento del traffico web e una maggiore visibilità del marchio. Una SEO regionale o nazionale consente a un'impresa di un paese terzo di ottenere un posizionamento più elevato nelle SERP di potenziali clienti dell'UE. Una SEO regionale o specifica per paese può includere, ad esempio: i) l'utilizzo di un dominio di primo livello (TLD) con codice paese nel nome di dominio (ad esempio «.fr», «.es», «.at»); ii) l'utilizzo di un TLD generico (ad esempio «.com» o «.org») con sottodirectory specifiche per paese dell'UE (ad esempio «.com/fr», «.org/es») nel nome di dominio; iii) l'utilizzo di un TLD generico, fissando però una destinazione geografica al momento di definire i criteri negli strumenti SEO;

	iv) l'utilizzo della tecnica per creare link in ingresso (<i>link building</i>) mirata geograficamente ⁽⁶⁾ nel contesto della propria strategia di marketing al fine di generare traffico da parte di potenziali clienti con sede nell'UE (ad esempio, un'impresa di un paese terzo utilizza collegamenti di ritorno (<i>backlinks</i>) su siti web con un TLD o una sottodirectory specifici per lo Stato membro dell'UE).
Orientamento 1	Un'impresa di un paese terzo adotta strategie di geo-targeting per pubblicare annunci digitali, sia nelle SERP sia sulle piattaforme di social media, indirizzati a potenziali clienti dell'UE o di specifici Stati membri.
Orientamento 1	Un'impresa di un paese terzo gestisce un sito web o parte di un sito web in una lingua ufficiale dell'Unione – un aspetto insolito nell'ambito della finanza internazionale – (o ha integrato strumenti di traduzione nel proprio sito web), senza che vi siano indicazioni che tale impresa provenga da una giurisdizione in cui si utilizza la stessa lingua o che abbia una clientela o si rivolga a potenziali clienti in una giurisdizione non UE che utilizza la medesima lingua.
Orientamento 1	Un'impresa di un paese terzo sponsorizza un evento sportivo incentrato sull'UE o su uno Stato membro, come ad esempio un campionato nazionale o un campionato europeo.
Orientamento 1	Un'impresa di un paese terzo indirizza potenziali clienti dell'UE verso il proprio sito web mediante l'inserimento di un collegamento a tale sito all'interno di materiale didattico o formativo.
Orientamento 1	Un gruppo operante nel settore delle cripto-attività (che comprende sia entità regolamentate dell'UE sia imprese di paesi terzi) utilizza strategie che non consentono sufficientemente al cliente di distinguere tra l'offerta delle entità regolamentate dell'UE e quella delle imprese di paesi terzi.
Orientamento 1	Un'impresa di un paese terzo risponde a un'indagine effettuata nell'UE in merito a servizi o attività non disciplinati dal MiCA e utilizza le risposte fornite per proporre le proprie attività o i propri servizi per le cripto-attività.

⁽⁶⁾ Una strategia di *link building* mirata geograficamente si verifica quando un'impresa acquisisce collegamenti di ritorno da altri siti web situati all'interno di una specifica regione geografica. Un collegamento di ritorno è un link proveniente da un altro sito web che reindirizza o incentiva il traffico web dal sito originario al sito dell'impresa.

Orientamento 2	Un'impresa di un paese terzo utilizza il sito web di un'affiliata dell'UE o di un'impresa dell'UE – sia essa regolamentata o meno – per mostrare il proprio logo, un collegamento di ritorno al proprio sito web o per promuovere le proprie attività o i propri servizi per le cripto-attività.
Orientamento 2	Un'impresa di un paese terzo utilizza un influencer o un creatore di contenuti con sede nell'UE, e lo retribuisce, per promuovere le proprie cripto-attività o le proprie attività o i propri servizi per le cripto-attività, oppure per curare la propria presenza sui social media o su altre piattaforme.
Orientamento 2	Un prestatore di servizi per le cripto-attività regolamentato nell'UE reindirizza i clienti dell'UE che intendono negoziare token collegati ad attività non autorizzati verso la piattaforma di negoziazione o l'intermediario di un paese terzo appartenente al proprio gruppo.
Orientamento 3	Un'impresa di un paese terzo viene contattata da un cliente dell'UE che desidera acquistare una cripto-attività. Il cliente dell'UE installa l'applicazione mobile dell'impresa del paese terzo sul proprio dispositivo di telefonia mobile per negoziare tale cripto-attività. Due giorni dopo l'operazione iniziale, il cliente dell'UE riceve una notifica push che lo invita a tornare sull'applicazione mobile dell'impresa del paese terzo per consultare quali cripto-attività sono di tendenza, comprese le cripto-attività che non sono dello stesso tipo di quelle inizialmente negoziate dal cliente dell'UE.
Orientamento 3	Un'impresa di un paese terzo viene contattata da un cliente dell'UE che desidera acquistare una cripto-attività. Il cliente dell'UE installa l'applicazione mobile dell'impresa del paese terzo sul proprio dispositivo di telefonia mobile per negoziare tale cripto-attività. Due mesi dopo l'operazione iniziale, il cliente dell'UE riceve una notifica push che lo invita a tornare sull'applicazione mobile dell'impresa del paese terzo per effettuare ulteriori negoziazioni (ad esempio, una notifica push su una promozione temporanea).
Orientamento 4	Un'impresa di un paese terzo è contattata da un cliente dell'UE che desidera acquistare un token collegato ad attività emesso da un emittente non autorizzato a norma del titolo III del MiCA. Al momento di prestare il servizio o i servizi per le cripto-attività pertinenti, l'impresa del paese terzo

	propone o offre al cliente dell'UE anche un tipo di cripto-attività nettamente diverso, ad esempio meme coin (monete meme).
Orientamento 4	Un'impresa di un paese terzo è contattata da un cliente dell'UE che desidera acquistare un token collegato ad attività autorizzato nell'UE a norma del titolo III del MiCA. Al momento di prestare il servizio o i servizi per le cripto-attività in questione, l'impresa del paese terzo propone o offre al cliente dell'UE anche meme coin.
Orientamento 4	Un'impresa di un paese terzo viene contattata da un privato con sede nell'UE per la fornitura di un determinato servizio per le cripto-attività. In risposta, l'impresa del paese terzo offre a tale persona un pacchetto di servizi per le cripto-attività.