

Κατευθυντήριες γραμμές

Σχετικά με τις περιπτώσεις στις οποίες μια επιχείρηση τρίτης χώρας θεωρείται ότι προσεγγίζει πελάτες που είναι εγκατεστημένοι ή βρίσκονται στην ΕΕ και τις εποπτικές πρακτικές για τον εντοπισμό και την πρόληψη της καταστρατήγησης της εξαίρεσης της αντίστροφης προσέγγισης βάσει του κανονισμού για τις αγορές κρυπτοστοιχείων (MiCA)

Πίνακας περιεχομένων

1. Πεδίο εφαρμογής	1
2. Νομοθετικές παραπομπές, συντομογραφίες και ορισμοί	1
2.1 Νομοθετικές παραπομπές	1
2.2 Συντομογραφίες	2
2.3 Ορισμοί	2
3. Σκοπός	3
4. Υποχρεώσεις συμμόρφωσης και υποβολής στοιχείων και αναφορών	4
4.1 Καθεστώς των κατευθυντήριων γραμμών	4
4.2 Απαιτήσεις υποβολής εκθέσεων	4
5. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την προσέγγιση πελατών από επιχειρήσεις τρίτων χωρών	5
5.1 Μέσα προσέγγισης πελατών (κατευθυντήρια γραμμή 1)	5
5.2 Πρόσωπο που προσεγγίζει (κατευθυντήρια γραμμή 2)	7
5.3 Αποκλειστική πρωτοβουλία του πελάτη (κατευθυντήρια γραμμή 3)	8
5.4 Πότε ένα κρυπτοστοιχείο ή μια υπηρεσία κρυπτοστοιχείων είναι του ίδιου είδους με μια άλλη (κατευθυντήρια γραμμή 4)	9
6. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τις εποπτικές πρακτικές για τον εντοπισμό και την πρόληψη της καταστρατήγησης της εξαίρεσης της αντίστροφης προσέγγισης	11
6.1 Παρακολούθηση οντοτήτων που απευθύνονται σε πελάτες που είναι εγκατεστημένοι ή βρίσκονται στην Ένωση ή δραστηριοποιούνται στην Ένωση (κατευθυντήρια γραμμή 1)	11
6.2 Ανταλλαγές πληροφοριών με άλλες αρχές (κατευθυντήρια γραμμή 2)	12
6.3 Αντίδραση σε καταγγελίες πελατών ή πληροφοριοδότες δημοσίου συμφέροντος (κατευθυντήρια γραμμή 3)	12
Παράρτημα – Μη εξαντλητικός κατάλογος παραδειγμάτων περιστάσεων στις οποίες μια επιχείρηση τρίτης χώρας είναι πιθανό να θεωρηθεί ότι προσεγγίζει πελάτες στην Ένωση	13

1. Πεδίο εφαρμογής

Ποιος;

1. Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές ισχύουν για τις αρμόδιες αρχές, όπως ορίζονται στο άρθρο 3 παράγραφος 1 σημείο 35) του κανονισμού MiCA και, όσον αφορά το τμήμα 5, στις επιχειρήσεις τρίτων χωρών.

Τι;

2. Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές ισχύουν σε σχέση με το άρθρο 61 του κανονισμού MiCA.

Πότε;

3. Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές εφαρμόζονται 60 ημερολογιακές ημέρες από την ημερομηνία δημοσίευσής τους στον δικτυακό τόπο της ESMA σε όλες τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ.

2. Νομοθετικές παραπομπές, συντομογραφίες και ορισμοί

2.1 Νομοθετικές παραπομπές

MiCA	Κανονισμός (ΕΕ) 2023/1114 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 31ης Μαΐου 2023, για τις αγορές κρυπτοστοιχείων και για την τροποποίηση των κανονισμών (ΕΕ) αριθ. 1093/2010 και (ΕΕ) αριθ. 1095/2010 και των οδηγιών 2013/36/ΕΕ και (ΕΕ) 2019/1937 ¹ .
Κανονισμός ESMA	Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1095/2010 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 24ης Νοεμβρίου 2010, σχετικά με τη σύσταση Ευρωπαϊκής Εποπτικής Αρχής (Ευρωπαϊκή Αρχή Κινητών Αξιών και Αγορών), την τροποποίηση της απόφασης αριθ. 716/2009/ΕΚ και την κατάργηση της απόφασης 2009/77/ΕΚ ² .

¹ ΕΕ L 150 της 9.6.2023, σ. 40.

² ΕΕ L 331 της 15.12.2010, σ. 84.

2.2 Συντομογραφίες

ESMA	Ευρωπαϊκή Αρχή Κινητών Αξιών και Αγορών
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΣΧΕ	Ευρωπαϊκό Σύστημα Χρηματοοικονομικής Εποπτείας

2.3 Ορισμοί

<i>Επιχείρηση τρίτης χώρας</i>	Επιχείρηση που θα υπαγόταν στο άρθρο 59 του MiCA εάν η έδρα της κεντρικής της διοίκησης ή η καταστατική της έδρα βρίσκονταν εντός της Ένωσης
--------------------------------	--

3. Σκοπός

4. Οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές βασίζονται στο άρθρο 61 παράγραφος 3 του κανονισμού MiCA. Με τις παρούσες κατευθυντήριες γραμμές επιδιώκεται η καθιέρωση συνεκτικών, αποδοτικών και αποτελεσματικών εποπτικών πρακτικών στο πλαίσιο του ΕΣΧΕ και η διασφάλιση της κοινής, ενιαίας και συνεπούς εφαρμογής των διατάξεων του άρθρου 61 του κανονισμού MiCA.
5. Ειδικότερα, σκοπός τους είναι να προωθήσουν μεγαλύτερη σύγκλιση όσον αφορά την ερμηνεία και τις εποπτικές προσεγγίσεις των περιπτώσεων στις οποίες μια επιχείρηση τρίτης χώρας θεωρείται ότι προσεγγίζει πελάτες που είναι εγκατεστημένοι ή βρίσκονται στην Ένωση. Επιπλέον, για να ενισχύσουν τη σύγκλιση και να προωθήσουν τη συνεπή εποπτεία όσον αφορά τον κίνδυνο κατάχρησης του άρθρου 61 του MiCA, οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές αποσκοπούν επίσης στην προώθηση ορισμένων εποπτικών πρακτικών για τον εντοπισμό και την πρόληψη της καταστρατήγησης του MiCA.

4. Υποχρεώσεις συμμόρφωσης και υποβολής στοιχείων και αναφορών

4.1 Καθεστώς των κατευθυντήριων γραμμών

6. Σύμφωνα με το άρθρο 16 παράγραφος 3 του κανονισμού ESMA, οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια για να συμμορφώνονται με αυτές τις κατευθυντήριες γραμμές.
7. Οι αρμόδιες αρχές προς τις οποίες απευθύνονται οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές θα πρέπει να τις ενσωματώσουν στο εθνικό νομικό ή/και εποπτικό τους πλαίσιο, κατά περίπτωση.

4.2 Απαιτήσεις υποβολής εκθέσεων

8. Εντός δύο μηνών από την ημερομηνία δημοσίευσης των κατευθυντήριων γραμμών στον δικτυακό τόπο της ESMA σε όλες τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ, οι αρμόδιες αρχές προς τις οποίες απευθύνονται οι παρούσες κατευθυντήριες γραμμές οφείλουν να ενημερώνουν την ESMA εάν (i) συμμορφώνονται, (ii) δεν συμμορφώνονται, αλλά προτίθενται να συμμορφωθούν ή (iii) δεν συμμορφώνονται και δεν προτίθενται να συμμορφωθούν με τις κατευθυντήριες γραμμές.
9. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσής τους, οι αρμόδιες αρχές οφείλουν επίσης να κοινοποιήσουν στην ESMA εντός δύο μηνών από την ημερομηνία δημοσίευσης των κατευθυντήριων γραμμών, στον διαδικτυακό τόπο της ESMA και σε όλες τις επίσημες γλώσσες της ΕΕ, τους λόγους μη συμμόρφωσης προς τις κατευθυντήριες γραμμές.
10. Υπόδειγμα για τις κοινοποιήσεις διατίθεται στον διαδικτυακό τόπο της ESMA. Αφού συμπληρωθεί, το υπόδειγμα διαβιβάζεται στην ESMA.

5. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την προσέγγιση πελατών από επιχειρήσεις τρίτων χωρών

5.1 Μέσα προσέγγισης πελατών (κατευθυντήρια γραμμή 1)

11. Η προσέγγιση πελατών από επιχειρήσεις τρίτων χωρών θα πρέπει να ερμηνεύεται ευρέως και με τεχνολογικά ουδέτερο τρόπο.
12. Η προσέγγιση περιλαμβάνει την προώθηση, διαφήμιση ή προσφορά υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων κρυπτοστοιχείων σε πελάτες ή δυνητικούς πελάτες στην Ένωση με οποιοδήποτε μέσο. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει, χωρίς περιορισμούς:
 - διαδικτυακές διαφημίσεις,
 - φυλλάδια,
 - τηλεφωνικές κλήσεις,
 - μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου,
 - διαφημιστικά πλαίσια, αναδυόμενα παράθυρα ή/και παρόμοια εργαλεία σε ιστότοπους και μέσα κοινωνικής δικτύωσης,
 - προσωπικές συναντήσεις,
 - δελτία Τύπου,
 - άλλες μορφές φυσικών ή ηλεκτρονικών μέσων, όπως ιστότοπους, πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, εφαρμογές για φορητές συσκευές,
 - συμμετοχές σε περιοδείες προώθησης και εμπορικές εκθέσεις,
 - προσκλήσεις σε εκδηλώσεις,
 - συνεργατικές εκστρατείες,
 - επαναστοχοθέτηση της διαφήμισης,
 - προσκλήσεις για συμπλήρωση εντύπου απάντησης ή για παρακολούθηση κύκλου μαθημάτων κατάρτισης,

- πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων,
 - συμφωνίες χορηγίας.
13. Οι προωθητικές ενέργειες, οι διαφημίσεις, η εμπορική προώθηση και οι προσφορές γενικού χαρακτήρα, όπως οι διαφημίσεις εμπορικών σημάτων, που απευθύνονται στο κοινό (με ευρεία και μεγάλη εμβέλεια), είναι επίσης δυνατό να συνιστούν προσέγγιση.
14. Οι εθνικές αρχές ανταγωνισμού θα πρέπει να εξετάζουν όλα τα πραγματικά περιστατικά και τις περιστάσεις της υπόθεσης για να εκτιμούν αν μια επιχείρηση τρίτης χώρας προσεγγίζει πελάτες που είναι εγκατεστημένοι ή βρίσκονται στην Ένωση.
15. Ανατρέξτε στο παράρτημα του παρόντος για παραδείγματα περιστάσεων στις οποίες μια επιχείρηση τρίτης χώρας είναι πιθανό να θεωρηθεί ότι προσεγγίζει πελάτες στην Ένωση.
16. Η ESMA αναγνωρίζει ότι υπάρχουν περιστάσεις στις οποίες οι επιχειρήσεις τρίτων χωρών θα μπορούσε να θεωρηθεί επίσης ότι προσεγγίζουν πελάτες της ΕΕ, αν και όχι αποκλειστικά³. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η επιχείρηση τρίτης χώρας μπορεί να λάβει προληπτικά μέτρα για να διασφαλίσει ότι δεν παραβιάζει τις απαιτήσεις αδειοδότησης βάσει του MiCA, αποφεύγοντας να παράσχει υπηρεσίες ή δραστηριότητες κρυπτοστοιχείων σε πελάτες από την ΕΕ. Για τον σκοπό αυτό, η επιχείρηση τρίτης χώρας μπορεί, για παράδειγμα, να μην δέχεται λογαριασμούς νέων πελατών της ΕΕ ή να εφαρμόζει γεωγραφικό αποκλεισμό⁴ των μέσων πρόσβασης στις υπηρεσίες ή τις δραστηριότητές της στον τομέα των κρυπτοστοιχείων.
17. Το εκπαιδευτικό υλικό, η κατάρτιση και οι εκδηλώσεις του κλάδου που είναι αμινώς εκπαιδευτικού χαρακτήρα ή επικεντρωμένα στην ανταλλαγή γνώσεων σχετικά με τις υποκείμενες τεχνολογίες ή καινοτομίες του κλάδου, δεν θα πρέπει να θεωρούνται προσέγγιση. Θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι το εκπαιδευτικό υλικό, η κατάρτιση και οι εκδηλώσεις του κλάδου έχουν ως αποτέλεσμα την άμεση ή έμμεση προώθηση της επιχείρησης τρίτης χώρας ή των υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων της σε σχέση με κρυπτοστοιχεία όταν, για παράδειγμα, κατευθύνεται το κοινό στον ιστότοπο της επιχείρησης τρίτης χώρας, παρέχονται τα μέσα πρόσβασης στις υπηρεσίες που προσφέρονται από την επιχείρηση τρίτης χώρας, δίνονται φυλλάδια που συνδέονται με

³ Για παράδειγμα, μια επιχείρηση τρίτης χώρας μπορεί να είναι χορηγός μιας διεθνούς αθλητικής διοργάνωσης στην οποία μπορεί να συμμετέχουν επίσης εθνικές ομάδες κρατών μελών ή αθλητές της ΕΕ. Ο MiCA δεν απαγορεύει τέτοιες συμφωνίες χορηγίας. Ωστόσο, ως αποτέλεσμα αυτού, η επιχείρηση θα πρέπει να θεωρείται ότι προσεγγίζει πελάτες στην ΕΕ και επομένως δεν θα μπορεί να επωφεληθεί από την εξαίρεση της αντίστροφης προσέγγισης.

⁴ Για παράδειγμα, εάν η πρόσβαση στον ιστότοπο της επιχείρησης τρίτης χώρας είναι γεωγραφικά αποκλεισμένη για πελάτες της ΕΕ με διεύθυνση IP που προέρχεται από την ΕΕ, και εάν η εφαρμογή για φορητές συσκευές της επιχείρησης τρίτης χώρας δεν είναι διαθέσιμη για τις χώρες της ΕΕ στα καταστήματα εφαρμογών.

τις υπηρεσίες κρυπτοστοιχείων, καλείται το κοινό να συμπληρώσει ένα προφίλ πελάτη ή προωθούνται με οποιονδήποτε τρόπο οι υπηρεσίες της επιχείρησης τρίτης χώρας.

5.2 Πρόσωπο που προσεγγίζει (κατευθυντήρια γραμμή 2)

18. Οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη ότι η προσέγγιση μπορεί να πραγματοποιηθεί ανεξάρτητα από το πρόσωπο μέσω του οποίου πραγματοποιείται.
19. Η προσέγγιση μπορεί να πραγματοποιηθεί από την ίδια την επιχείρηση τρίτης χώρας ή από οποιοδήποτε πρόσωπο που ενεργεί για λογαριασμό της ή έχει στενούς δεσμούς με την επιχείρηση τρίτης χώρας⁵. Ένα πρόσωπο που ενεργεί για λογαριασμό μιας επιχείρησης τρίτης χώρας μπορεί να το πράττει είτε: i) ρητώς βάσει σύμβασης ή ii) σιωπηρά μέσω άτυπης συμφωνίας.
20. Τα πρόσωπα αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν τους λεγόμενους επηρεαστές γνώμης. Ένδειξη ότι ένα πρόσωπο ενεργεί για λογαριασμό μιας επιχείρησης τρίτης χώρας μπορεί να είναι, για παράδειγμα, η κατεύθυνση του κοινού στον ιστότοπο της επιχείρησης τρίτης χώρας, η παροχή των μέσων πρόσβασης στις υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση τρίτης χώρας, η διάθεση διαφημιστικών προσφορών ή η προβολή του λογότυπου της επιχείρησης τρίτης χώρας. Η ύπαρξη οποιασδήποτε μορφής αμοιβής ή οφέλους (χρηματικού ή μη χρηματικού) που παρέχεται από την επιχείρηση τρίτης χώρας στο τρίτο μέρος θα πρέπει να αποτελεί ισχυρή ένδειξη ότι το τρίτο μέρος ενεργεί για λογαριασμό της επιχείρησης τρίτης χώρας. Ωστόσο, η απουσία αμοιβής ή οφέλους δεν θα πρέπει να αποκλείει απαραίτητα το γεγονός ότι το πρόσωπο μπορεί να ενεργεί για λογαριασμό μιας επιχείρησης τρίτης χώρας.
21. Από την άλλη πλευρά, οι επανεξετάσεις με ίδια πρωτοβουλία (δηλαδή, εφόσον δεν διενεργούνται για λογαριασμό άλλου) των υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων κρυπτοστοιχείων μιας επιχείρησης τρίτης χώρας δεν θα πρέπει να θεωρούνται προσέγγιση από την επιχείρηση τρίτης χώρας ή για λογαριασμό της. Ωστόσο, οι εν λόγω επανεξετάσεις μπορούν να θεωρηθούν «ιδίας πρωτοβουλίας» μόνο όταν η επιχείρηση τρίτης χώρας δεν έχει γνώση της επανεξέτασης και δεν έχει συναινέσει, ενθαρρύνει ή διευκολύνει με άλλον τρόπο την επανεξέταση.
22. Η παροχή υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων μετά από προσέγγιση για λογαριασμό επιχείρησης τρίτης χώρας από πρόσωπο ή οντότητα που υπόκειται σε ρύθμιση στην ΕΕ θα πρέπει και πάλι να θεωρείται παραβίαση του κανονισμού MiCA. Για παράδειγμα, ένα

⁵ Όπως ορίζονται στο άρθρο 3 παράγραφος 31 του MiCA.

πιστωτικό ίδρυμα της ΕΕ, μια επιχείρηση επενδύσεων ή ένας πάροχος υπηρεσιών πληρωμών δεν θα πρέπει να ανακατευθύνει τους πελάτες (για παράδειγμα, μέσω του ιστοτόπου του) σε υπηρεσίες κρυπτοστοιχείων που παρέχονται από επιχείρηση τρίτης χώρας. Αυτό ισχύει ανεξάρτητα από το αν η εν λόγω επιχείρηση τρίτης χώρας ανήκει ή όχι στον ίδιο όμιλο.

5.3 Αποκλειστική πρωτοβουλία του πελάτη (κατευθυντήρια γραμμή 3)

23. Μια επιχείρηση δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι προσεγγίζει πελάτες εάν η υπηρεσία ή η δραστηριότητα κρυπτοστοιχείων παρέχεται με αποκλειστική πρωτοβουλία του πελάτη. Η αποκλειστική πρωτοβουλία του πελάτη θα πρέπει να ερμηνεύεται συσταλτικά.
24. Η εκτίμηση του εάν ένας πάροχος υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων προσέγγισε έναν πελάτη ή εάν η επαφή ξεκίνησε αποκλειστικά από τον πελάτη θα πρέπει να βασίζεται σε πραγματικά περιστατικά. Οι συμβατικές ρυθμίσεις ή οι ρήτρες αποποίησης ευθύνης δεν υπερσχίζουν των αντίθετων πραγματικών περιστατικών.
25. Η εξαίρεση της αντίστροφης προσέγγισης βασίζεται στην προϋπόθεση ότι το προϊόν, η υπηρεσία ή η δραστηριότητα κρυπτοστοιχείων παρέχεται με αποκλειστική πρωτοβουλία του πελάτη. Το άρθρο 61 παράγραφος 2 του κανονισμού MiCA αφήνει ανοιχτό το ενδεχόμενο η επιχείρηση τρίτης χώρας να προωθεί στον εν λόγω πελάτη κρυπτοστοιχεία ή υπηρεσίες ή δραστηριότητες κρυπτοστοιχείων του ίδιου είδους. Ωστόσο, εξακολουθεί να ισχύει η απαίτηση παροχής των υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων με αποκλειστική πρωτοβουλία του πελάτη.
26. Ως εκ τούτου, έχει σημασία ο χρόνος υποβολής του αιτήματος από τον πελάτη και της προσφοράς, προώθησης ή διαφήμισης άλλων υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων ή δραστηριοτήτων του ίδιου είδους. Η εν λόγω διάταξη θα πρέπει, συνεπώς, να ερμηνευθεί ότι δεν επιτρέπει στις επιχειρήσεις τρίτων χωρών να προσφέρουν στον πελάτη περαιτέρω κρυπτοστοιχεία ή υπηρεσίες ή δραστηριότητες κρυπτοστοιχείων, ακόμη και αν οι εν λόγω υπηρεσίες ή δραστηριότητες είναι του ίδιου είδους με αυτές που ζήτησε αρχικά ο πελάτης, εκτός εάν προσφέρονται στο πλαίσιο της αρχικής συναλλαγής.
27. Για παράδειγμα, εάν ο πελάτης επικοινωνήσει με την επιχείρηση τρίτης χώρας για να αγοράσει το κρυπτοστοιχείο X, η επιχείρηση μπορεί –στη δεδομένη χρονική στιγμή– να προωθήσει στον πελάτη κρυπτοστοιχεία του ίδιου είδους. Ωστόσο, η επιχείρηση τρίτης χώρας δεν θα είχε το δικαίωμα να προωθήσει περαιτέρω συναλλαγές κρυπτοστοιχείου X ή συναλλαγές σε παρόμοια κρυπτοστοιχεία στον πελάτη ένα μήνα αργότερα.

28. Οι επιχειρήσεις τρίτων χωρών θα πρέπει να είναι σε θέση να παρέχουν αρχεία παρακολούθησης της σχέσης με τον πελάτη και, ιδίως, εάν ο πελάτης έχει αναλάβει την πρωτοβουλία να λάβει υπηρεσίες κρυπτοστοιχείων σε σχέση με ένα νέο προϊόν.

5.4 Πότε ένα κρυπτοστοιχείο ή μια υπηρεσία κρυπτοστοιχείων είναι του ίδιου είδους με μια άλλη (κατευθυντήρια γραμμή 4)

29. Το καθεστώς της αντίστροφης προσέγγισης αφήνει ανοιχτή τη δυνατότητα σε μια επιχείρηση τρίτης χώρας να προωθεί κρυπτοστοιχεία ή υπηρεσίες ή δραστηριότητες κρυπτοστοιχείων του ίδιου είδους στο πλαίσιο της σχέσης που ξεκίνησε με αποκλειστική πρωτοβουλία ενός συγκεκριμένου πελάτη, υπό την προϋπόθεση ότι η επιχείρηση τρίτης χώρας συμμορφώνεται επίσης με την κατευθυντήρια γραμμή 3 ανωτέρω.
30. Όταν η επιχείρηση τρίτης χώρας επιθυμεί να χρησιμοποιήσει αυτήν τη δυνατότητα, θα πρέπει να αξιολογεί κατά περίπτωση εάν τα κρυπτοστοιχεία ή οι υπηρεσίες ή δραστηριότητες κρυπτοστοιχείων ανήκουν στο ίδιο είδος, λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία όπως i) η κατηγορία του κρυπτοστοιχείου ή της προσφερόμενης υπηρεσίας ή δραστηριότητας κρυπτοστοιχείων και ii) οι κίνδυνοι που συνδέονται με κάθε κρυπτοστοιχείο ή υπηρεσία ή δραστηριότητα κρυπτοστοιχείων.
31. Η κατηγοριοποίηση των κρυπτοστοιχείων και των υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων κρυπτοστοιχείων που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση τρίτης χώρας θα πρέπει να είναι αρκετά λεπτομερής, ώστε να διασφαλίζεται ότι δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί η εξαίρεση της αντίστροφης προσέγγισης για την παράκαμψη των απαιτήσεων αδειοδότησης βάσει του άρθρου 59 του κανονισμού MiCA.
32. Ακολουθεί μη εξαντλητικός κατάλογος ζευγών κρυπτοστοιχείων που δεν θα πρέπει να θεωρείται ότι ανήκουν στον ίδιο τύπο κρυπτοστοιχείων για τους σκοπούς της εξαίρεσης της αντίστροφης προσέγγισης:
- συναλλακτικές μάρκες, μάρκες με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία ή μάρκες ηλεκτρονικού χρήματος·
 - κρυπτοστοιχεία που δεν αποθηκεύονται ή μεταβιβάζονται με την ίδια τεχνολογία·
 - μάρκες ηλεκτρονικού χρήματος που δεν αναφέρονται στο ίδιο επίσημο νόμισμα·
 - μάρκες με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία που βασίζονται κυρίως σε παραστατικά νομίσματα και μάρκες με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία που διαθέτουν σημαντικές ποσότητες κρυπτονομισμάτων·
 - ρευστοποιήσιμα και μη ρευστοποιήσιμα κρυπτοστοιχεία·

- άλλα κρυπτοστοιχεία εκτός από μάρκες με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία και μάρκες ηλεκτρονικού χρήματος με μη ταυτοποιήσιμο προσφέροντα, και άλλα κρυπτοστοιχεία εκτός από μάρκες με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία και μάρκες ηλεκτρονικού χρήματος με ταυτοποιήσιμο προσφέροντα.
33. Επισημαίνεται ότι τα παραπάνω παραδείγματα δεν θα πρέπει να ερμηνεύονται εξ αντιδιαστολής. Για παράδειγμα, οι μάρκες ηλεκτρονικού χρήματος που δεν αναφέρονται στο ίδιο επίσημο νόμισμα δεν ανήκουν στο ίδιο είδος. Ωστόσο, το γεγονός ότι δύο μάρκες ηλεκτρονικού χρήματος αναφέρονται στο ίδιο επίσημο νόμισμα δεν σημαίνει κατ' ανάγκη ότι ανήκουν στο ίδιο είδος. Ομοίως, τα κρυπτοστοιχεία που δεν αποθηκεύονται ή μεταβιβάζονται με την ίδια τεχνολογία δεν ανήκουν στο ίδιο είδος. Ωστόσο, τα κρυπτοστοιχεία που αποθηκεύονται ή μεταβιβάζονται με την ίδια τεχνολογία δεν είναι απαραίτητα του ίδιου είδους.

6. Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τις εποπτικές πρακτικές για τον εντοπισμό και την πρόληψη της καταστρατήγησης της εξαίρεσης της αντίστροφης προσέγγισης

34. Οι επιχειρήσεις τρίτων χωρών ενδέχεται να προσπαθούν να παρακάμψουν τις απαιτήσεις αδειοδότησης βάσει του άρθρου 59 του MiCA με διάφορα μέσα και πρακτικές. Ως εκ τούτου, είναι εξαιρετικά σημαντικό οι αρμόδιες αρχές να παρακολουθούν εκ του σύνεγγυς τη δραστηριότητα, εάν υπάρχει, των επιχειρήσεων τρίτων χωρών στις αντίστοιχες δικαιοδοσίες τους. Δεδομένου ότι οι υπηρεσίες κρυπτοστοιχείων προσφέρονται και προωθούνται σχεδόν αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις διαδικτυακές δραστηριότητες των επιχειρήσεων τρίτων χωρών.
35. Οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να χρησιμοποιούν μία ή περισσότερες από τις εποπτικές πρακτικές που περιγράφονται λεπτομερώς στις παρακάτω κατευθυντήριες γραμμές.

6.1 Παρακολούθηση οντοτήτων που απευθύνονται σε πελάτες που είναι εγκατεστημένοι ή βρίσκονται στην Ένωση ή δραστηριοποιούνται στην Ένωση (κατευθυντήρια γραμμή 1)

36. Οι αρμόδιες αρχές μπορούν να αναζητούν επιχειρήσεις τρίτων χωρών με τηλεφωνικούς αριθμούς που αρχίζουν με τοπικούς κωδικούς χώρας ή διευθύνσεις αλληλογραφίας, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή ιστότοπων που υποδεικνύουν ή υπονοούν την παρουσία τους, τουλάχιστον εικονικά, στην Ένωση (π.χ. διεύθυνση URL που τελειώνει σε «lu», «de», «fr» κ.λπ.).
37. Οι αρμόδιες αρχές μπορούν επίσης να διεξάγουν έρευνες καταναλωτών για να προσδιορίσουν τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν οι καταναλωτές στη δικαιοδοσία τους για υπηρεσίες κρυπτοστοιχείων.
38. Οι αρμόδιες αρχές μπορούν να χρησιμοποιούν εργαλεία παρακολούθησης της εμπορικής προώθησης, ιδίως αυτά που έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν τη δραστηριότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς τα εργαλεία αυτά μπορεί να δίνουν μια ένδειξη των γεωγραφικών αγορών στις οποίες στοχεύουν οι επιχειρήσεις τρίτων χωρών.

6.2 Ανταλλαγές πληροφοριών με άλλες αρχές (κατευθυντήρια γραμμή 2)

39. Οι αρμόδιες αρχές μπορούν να συνεργάζονται στενά με άλλες αρχές (εθνικές ή ξένες αρχές) που ενδέχεται να γνωρίζουν αν επιχειρήσεις τρίτων χωρών προσφέρουν υπηρεσίες στη σχετική αγορά. Σε αυτές τις αρχές μπορεί να περιλαμβάνονται η αστυνομία και οι τοπικές φορολογικές αρχές.

6.3 Αντίδραση σε καταγγελίες πελατών ή πληροφοριοδότες δημοσίου συμφέροντος (κατευθυντήρια γραμμή 3)

40. Οι αρμόδιες αρχές θα πρέπει να δίνουν συνέχεια σε καταγγελίες πελατών ή σε πληροφορίες από πληροφοριοδότες δημοσίου συμφέροντος που υποδεικνύουν ότι μια επιχείρηση τρίτης χώρας ενδέχεται να προσεγγίζει πελάτες στη δικαιοδοσία της.

Παράρτημα – Μη εξαντλητικός κατάλογος παραδειγμάτων περιστάσεων στις οποίες μια επιχείρηση τρίτης χώρας είναι πιθανό να θεωρηθεί ότι προσεγγίζει πελάτες στην Ένωση

Τα παραδείγματα των περιστάσεων που αναφέρονται στον πίνακα θα πρέπει να ερμηνεύονται σε συνδυασμό με τις σχετικές κατευθυντήριες γραμμές.

Κατευθυντήρια γραμμή	Περιγραφή
Κατευθυντήρια γραμμή 1	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας χρησιμοποιεί συγκεκριμένες ανά περιφέρεια ή ανά χώρα στρατηγικές βελτιστοποίησης μηχανών αναζήτησης (SEO) για να βελτιστοποιήσει τη διαδικτυακή παρουσία της και να έχει μια καλή κατάταξη στις σελίδες αποτελεσμάτων των μηχανών αναζήτησης (SERP) δυνητικών πελατών της ΕΕ ή στις SERP δυνητικών πελατών από ορισμένα κράτη μέλη. Στόχος της SEO είναι η βελτίωση της κατάταξης ενός ιστότοπου στα (μη πληρωμένα) αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης. Η επιτυχημένη SEO οδηγεί σε αύξηση της διαδικτυακής επισκεψιμότητας και της προβολής της εμπορικής επωνυμίας. Η SEO με βάση την περιφέρεια ή τη χώρα επιτρέπει σε μια επιχείρηση τρίτης χώρας να εμφανίζεται σε υψηλότερη θέση στις SERP των δυνητικών πελατών της ΕΕ. Η SEO για συγκεκριμένη περιφέρεια ή χώρα μπορεί να περιλαμβάνει, για παράδειγμα: i) χρήση κωδικού χώρας τομέα ανώτατου επιπέδου (TLD) στο όνομα τομέα (όπως «.fr», «.es», «.at»). ii) χρήση ενός γενικού TLD (όπως «.com» ή «.org») με υποκατάλογο συγκεκριμένης χώρας της ΕΕ (όπως «.com/fr», «.org/es») στο όνομα τομέα. iii) χρήση ενός γενικού TLD, αλλά με ορισμό γεωγραφικής στόχευσης κατά τη ρύθμιση των κριτηρίων στα εργαλεία SEO.

	iv) χρήση γεωγραφικά στοχευμένης δημιουργίας συνδέσμων ⁶ στο πλαίσιο της στρατηγικής εμπορικής προώθησης, με σκοπό την αύξηση της επισκεψιμότητας από δυνητικούς πελάτες που βρίσκονται στην ΕΕ (για παράδειγμα, μια εταιρεία τρίτης χώρας χρησιμοποιεί εισερχόμενους συνδέσμους (backlink) σε ιστότοπους με TLD ή υποκατάλογο συγκεκριμένης χώρας της ΕΕ).
Κατευθυντήρια γραμμή 1	Μια εταιρεία τρίτης χώρας χρησιμοποιεί στρατηγικές γεωγραφικής στόχευσης για την προβολή ψηφιακών διαφημίσεων, είτε σε SERP είτε σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες απευθύνονται σε δυνητικούς πελάτες της ΕΕ ή σε δυνητικούς πελάτες ορισμένων κρατών μελών.
Κατευθυντήρια γραμμή 1	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας διαθέτει ιστότοπο ή μέρος ιστότοπου σε επίσημη γλώσσα της Ένωσης –κάτι που δεν συνηθίζεται στον διεθνή χρηματοοικονομικό τομέα– (ή έχει ενσωματώσει μεταφραστικά εργαλεία στον ιστότοπό της) και δεν υπάρχει καμία ένδειξη ότι η εν λόγω επιχείρηση τρίτης χώρας προέρχεται από δικαιοδοσία που χρησιμοποιεί την ίδια γλώσσα ή ότι η επιχείρηση τρίτης χώρας έχει πελατεία ή απευθύνεται σε δυνητικούς πελάτες σε δικαιοδοσία εκτός ΕΕ που χρησιμοποιεί επίσης την ίδια γλώσσα.
Κατευθυντήρια γραμμή 1	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας επιχορηγεί αθλητική εκδήλωση που έχει ως επίκεντρο την ΕΕ ή ένα κράτος μέλος, όπως ένα εθνικό πρωτάθλημα ή ένα ευρωπαϊκό πρωτάθλημα.
Κατευθυντήρια γραμμή 1	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας ανακατευθύνει δυνητικούς πελάτες της ΕΕ στον ιστότοπό της, περιλαμβάνοντας σύνδεσμο προς τον εν λόγω ιστότοπο σε εκπαιδευτικό ή επιμορφωτικό υλικό.
Κατευθυντήρια γραμμή 1	Ένας όμιλος κρυπτοστοιχείων (που περιλαμβάνει τόσο ρυθμιζόμενες από την ΕΕ οντότητες όσο και επιχειρήσεις τρίτων χωρών) χρησιμοποιεί στρατηγικές που δεν επιτρέπουν επαρκώς στον πελάτη να κάνει διάκριση μεταξύ της προσφοράς των ρυθμιζόμενων από την ΕΕ οντοτήτων και των επιχειρήσεων τρίτων χωρών.

⁶ Γεωγραφικά στοχευμένη δημιουργία συνδέσμων είναι όταν μια επιχείρηση αποκτά backlink από άλλους ιστότοπους εντός μιας γεωγραφικής περιοχής. Backlink είναι ένας σύνδεσμος από άλλον ιστότοπο προς τον ιστότοπο της επιχείρησης, ο οποίος με τον τρόπο αυτό ανακατευθύνει ή ενθαρρύνει τη διαδικτυακή επισκεψιμότητα από τον αρχικό ιστότοπο σε άλλον.

Κατευθυντήρια γραμμή 1	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας απαντά σε έρευνα που διενεργείται σε επίπεδο ΕΕ σχετικά με ρυθμιζόμενες υπηρεσίες ή δραστηριότητες εκτός MiCA και χρησιμοποιεί τις απαντήσεις της για να προωθήσει στην αγορά τις υπηρεσίες ή τις δραστηριότητές της που αφορούν κρυπτοστοιχεία.
Κατευθυντήρια γραμμή 2	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας χρησιμοποιεί τον ιστότοπο μιας θυγατρικής ή επιχείρησης της ΕΕ –είτε είναι ρυθμιζόμενη είτε όχι– για να προβάλλει το λογότυπό της, να εντάξει backlink προς τον ιστότοπό της ή να προωθήσει τις υπηρεσίες ή τις δραστηριότητές της στον τομέα των κρυπτοστοιχείων.
Κατευθυντήρια γραμμή 2	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας χρησιμοποιεί έναν επηρεαστή ή δημιουργό περιεχομένου που εδρεύει στην ΕΕ, αμείβοντάς τον για να προωθήσει τα κρυπτοστοιχεία ή τις υπηρεσίες ή δραστηριότητες κρυπτοστοιχείων της, ή για να δημιουργήσει το προφίλ της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αλλού.
Κατευθυντήρια γραμμή 2	Ένας πάροχος υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων που υπόκειται σε ρύθμιση της ΕΕ ανακατευθύνει τους πελάτες από την ΕΕ που προτίθενται να πραγματοποιήσουν συναλλαγές σε μη εγκεκριμένες μάρκες με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία προς την πλατφόρμα συναλλαγών εκτός ΕΕ ή τον μεσίτη του ομίλου του.
Κατευθυντήρια γραμμή 3	Ένας πελάτης από την ΕΕ που επιθυμεί να αγοράσει κρυπτοστοιχείο έρχεται σε επαφή με επιχείρηση τρίτης χώρας. Ο πελάτης της ΕΕ εγκαθιστά στο κινητό του τηλέφωνο την εφαρμογή για φορητές συσκευές της επιχείρησης τρίτης χώρας προκειμένου να πραγματοποιήσει τη συναλλαγή που αφορά το εν λόγω κρυπτοστοιχείο. Δύο ημέρες μετά την αρχική συναλλαγή, ο πελάτης της ΕΕ λαμβάνει ειδοποίηση αυτόματης προώθησης (push notification) που τον προτρέπει να επιστρέψει στην εφαρμογή για φορητές συσκευές της επιχείρησης τρίτης χώρας, προκειμένου να πληροφορηθεί ποιες είναι οι τάσεις των κρυπτοστοιχείων, συμπεριλαμβανομένων κρυπτοστοιχείων που δεν είναι του ίδιου είδους με εκείνο που αποτέλεσε αντικείμενο της αρχικής συναλλαγής του πελάτη της ΕΕ.
Κατευθυντήρια γραμμή 3	Ένας πελάτης από την ΕΕ που επιθυμεί να αγοράσει κρυπτοστοιχείο έρχεται σε επαφή με επιχείρηση τρίτης χώρας. Ο πελάτης της ΕΕ εγκαθιστά στο κινητό του τηλέφωνο την εφαρμογή για φορητές συσκευές της επιχείρησης τρίτης χώρας προκειμένου να πραγματοποιήσει τη συναλλαγή που αφορά το εν λόγω κρυπτοστοιχείο.

	Δύο μήνες μετά την αρχική συναλλαγή, ο πελάτης της ΕΕ λαμβάνει ειδοποίηση αυτόματης προώθησης (push notification) η οποία τον ενθαρρύνει να επιστρέψει στην εφαρμογή για φορητές συσκευές της επιχείρησης τρίτης χώρας προκειμένου να πραγματοποιήσει περισσότερες συναλλαγές (για παράδειγμα, ειδοποίηση σχετικά με μια προσωρινή προσφορά).
Κατευθυντήρια γραμμή 4	Πελάτης από την ΕΕ έρχεται σε επαφή με επιχείρηση τρίτης χώρας επιθυμώντας να αγοράσει μάρκα με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία που έχει εκδοθεί από εκδότη ο οποίος δεν έχει αδειοδοτηθεί σύμφωνα με τον τίτλο ΙΙΙ του κανονισμού MiCA. Κατά τη χρονική στιγμή της παροχής της σχετικής υπηρεσίας ή των σχετικών υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων, η επιχείρηση τρίτης χώρας προωθεί ή προσφέρει επίσης ένα πολύ διαφορετικό είδος κρυπτοστοιχείων, για παράδειγμα, νομίσματα μιμιδίων στον πελάτη της ΕΕ.
Κατευθυντήρια γραμμή 4	Πελάτης από την ΕΕ έρχεται σε επαφή με επιχείρηση τρίτης χώρας επιθυμώντας να αγοράσει μάρκα με αναφορά σε περιουσιακά στοιχεία, αδειοδοτημένη στην ΕΕ βάσει του τίτλου ΙΙΙ του MiCA. Κατά τη χρονική στιγμή της παροχής της σχετικής υπηρεσίας ή των σχετικών υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων, η επιχείρηση τρίτης χώρας προωθεί ή προσφέρει επίσης «νομίσματα μιμιδίων» (memecoin) στον πελάτη της ΕΕ.
Κατευθυντήρια γραμμή 4	Μια επιχείρηση τρίτης χώρας προσεγγίζεται από ιδιώτη εγκατεστημένο στην ΕΕ για την παροχή συγκεκριμένης υπηρεσίας κρυπτοστοιχείων. Ανταποκρινόμενη σε αυτό, η επιχείρηση τρίτης χώρας προσφέρει στο εν λόγω άτομο ένα πακέτο συνδυασμένων υπηρεσιών κρυπτοστοιχείων.