FSMA_2026_16-01
26/02/2025
ESMA35-1872330276-2030

ESMA
European Securities and Markets Authority

Orientations

Sur les circonstances dans lesquelles une entreprise d'un pays tiers est réputée démarcher des clients établis ou situés dans l'Union et les pratiques en matière de surveillance permettant de détecter et de prévenir le contournement de l'exemption de sollicitation inversée en vertu du règlement sur les marchés de crypto-actifs (MiCA)

Table des matières

1. Champ d'application 1
2. Références législatives, abréviations et définitions 1
   2.1 Références législatives 1
   2.2 Abréviations 2
   2.3 Définitions 2
3. Objet 3
4. Obligations en matière de conformité et de déclaration 4
   4.1 Statut des orientations 4
   4.2 Obligations en matière de déclaration 4
5. Orientations en matière de sollicitation de clients par des entreprises de pays tiers 5
   5.1 Moyens de sollicitation (orientation nº 1) 5
   5.2 Personne sollicitante (orientation nº 2) 7
   5.3 Initiative exclusive du client (orientation nº 3) 8
   5.4 Quand considérer qu'un crypto-actif ou un service sur crypto-actifs est du même type qu'un autre (orientation nº 4) 9
6. Orientations relatives aux pratiques en matière de surveillance permettant de détecter et de prévenir le contournement de l'exemption de sollicitation inversée 11
   6.1 Surveiller les entités ciblant des clients établis ou situés dans l'Union ou actifs dans l'Union (orientation nº 1) 11
   6.2 Échanger avec d'autres autorités (orientation nº 2) 11
   6.3 Réagir aux plaintes des clients ou aux lanceurs d'alerte (orientation nº 3) 12

Annexe – Liste non exhaustive d'exemples de circonstances dans lesquelles une entreprise d'un pays tiers est susceptible d'être réputée démarcher des clients dans l'Union 13

1. Champ d'application

Qui?

1. Les présentes orientations s'appliquent aux autorités compétentes, telles que définies à l'article 3, paragraphe 1, point 35), du règlement MiCA et, en ce qui concerne la section 5, aux entreprises de pays tiers.

Quoi?

2. Les présentes orientations s'appliquent en lien avec l'article 61 du règlement MiCA.

Quand?

3. Les présentes orientations s'appliquent 60 jours calendaires à compter de la date de leur publication sur le site internet de l'ESMA dans toutes les langues officielles de l'UE.

2. Références législatives, abréviations et définitions

2.1 Références législatives

Règlement instituant l'ESMA	Règlement (UE) nº 1095/2010 du Parlement européen et du Conseil du 24 novembre 2010 instituant une Autorité européenne de surveillance (Autorité européenne des marchés financiers), modifiant la décision nº 716/2009/CE et abrogeant la décision 2009/77/CE de la Commission[1]
Règlement MiCA	Règlement (UE) 2023/1114 du Parlement européen et du Conseil du 31 mai 2023 sur les marchés de crypto-actifs, et modifiant les règlements (UE) nº 1093/2010 et (UE) nº 1095/2010 et les directives 2013/36/UE et (UE) 2019/1937[2]

[1] JO L 331 du 15.12.2010, p. 84.
[2] JO L 150 du 9.6.2023, p. 40.

2.2 Abréviations

ESMA	European Securities and Markets Authority (AEMF – Autorité européenne des marchés financiers)
SESF	Système européen de surveillance financière
UE	Union européenne

2.3 Définitions

Entreprise d'un pays tiers	Entreprise qui relèverait de l'article 59 du règlement MiCA si son siège social ou son siège statutaire était situé dans l'Union

3. Objet

4. Les présentes orientations se fondent sur l'article 61, paragraphe 3, du règlement MiCA. Elles visent, d'une part, à établir des pratiques de surveillance cohérentes, efficientes et efficaces au sein du système européen de surveillance financière (SESF) et, d'autre part, à assurer une application commune, uniforme et cohérente des dispositions de l'article 61 du règlement MiCA.

5. Les présentes orientations visent en particulier à promouvoir une plus grande convergence dans l'interprétation et les approches de surveillance des circonstances dans lesquelles une entreprise d'un pays tiers est réputée démarcher des clients établis ou situés dans l'Union. En outre, afin de favoriser la convergence et de promouvoir une surveillance cohérente en ce qui concerne le risque d'utilisation abusive de l'article 61 du règlement MiCA, les présentes orientations ont également pour but de promouvoir certaines pratiques en matière de surveillance permettant de détecter et de prévenir le contournement du règlement en question.

4. Obligations en matière de conformité et de déclaration

4.1 Statut des orientations

6. En application de l'article 16, paragraphe 3, du règlement instituant l'ESMA, les autorités compétentes devraient mettre tout en œuvre pour respecter les présentes orientations.

7. Les autorités compétentes auxquelles les présentes orientations s'appliquent devraient les intégrer à leurs cadres juridiques et/ou de surveillance nationaux, le cas échéant.

4.2 Obligations en matière de déclaration

8. Dans un délai de deux mois à compter de la date de la publication des orientations sur le site internet de l'ESMA dans toutes les langues officielles de l'UE, les autorités compétentes auxquelles s'appliquent ces orientations doivent notifier à l'ESMA si elles i) se conforment, ii) ne se conforment pas, mais entendent se conformer, ou iii) ne se conforment pas et n'entendent pas se conformer aux orientations.

9. En cas de non-conformité, les autorités compétentes doivent également signaler à l'ESMA, dans un délai de deux mois suivant la date de la publication des orientations sur le site web de l'ESMA dans toutes les langues officielles de l'UE, les raisons pour lesquelles elles ne s'y conforment pas.

10. Un formulaire de notification est disponible sur le site web de l'ESMA. Une fois le formulaire complété, il est transmis à l'ESMA.

5. Orientations en matière de sollicitation de clients par des entreprises de pays tiers

5.1 Moyens de sollicitation (orientation nº 1)

11. La sollicitation de clients par des entreprises de pays tiers devrait être interprétée au sens large et d'une manière neutre sur le plan technologique.

12. La sollicitation comprend la promotion, la publicité ou l'offre de services ou d'activités sur crypto-actifs à des clients ou des clients potentiels dans l'Union par quelque moyen que ce soit. Elle peut inclure, sans limitation:

- les messages publicitaires sur l'internet;
- les brochures;
- les appels téléphoniques;
- les courriels;
- les bannières, les fenêtres contextuelles et/ou les outils similaires sur les sites internet et les médias sociaux;
- les réunions en face à face;
- les communiqués de presse;
- d'autres formes de moyens physiques ou électroniques, y compris les sites internet, les plates-formes de médias sociaux et les applications mobiles;
- la participation à des tournées de présentation et à des foires commerciales;
- les invitations à des événements;
- les campagnes d'affiliation;
- le reciblage publicitaire;
- les invitations à remplir un formulaire de réponse ou à suivre une formation;
- les plates-formes de messagerie;

- les accords de parrainage.

13. Les promotions, les publicités, le marketing et les offres à caractère général, telles que les publicités pour des marques, et qui s'adressent au public (avec une portée large et importante), peuvent également constituer une sollicitation.

14. Les autorités compétentes nationales devraient examiner tous les faits et circonstances de l'espèce pour déterminer si une entreprise d'un pays tiers démarche des clients établis ou situés dans l'Union.

15. Veuillez vous référer à l'annexe du présent document pour des exemples de circonstances dans lesquelles une entreprise d'un pays tiers est susceptible d'être réputée démarcher des clients dans l'Union.

16. L'ESMA reconnaît qu'il existe des circonstances dans lesquelles des entreprises de pays tiers peuvent également être réputées démarcher des clients de l'UE, mais pas exclusivement[3]. Dans de tels cas, l'entreprise d'un pays tiers peut prendre des mesures conservatoires pour s'assurer qu'elle n'enfreint pas les exigences d'agrément prévues par le règlement MiCA en s'abstenant de fournir des services ou des activités sur crypto-actifs à des clients établis dans l'UE. Pour ce faire, l'entreprise du pays tiers peut, par exemple, ne pas accepter de nouveaux comptes de clients de l'UE ou géobloquer[4] les moyens d'accès à ses services ou activités sur crypto-actifs.

17. Le matériel pédagogique, les formations et les événements sectoriels qui sont purement éducatifs ou axés sur le partage de connaissances concernant les technologies sous-jacentes ou les innovations du secteur ne devraient pas être considérés comme des sollicitations. Le matériel pédagogique, les formations et les événements sectoriels seraient considérés comme ayant pour effet de promouvoir directement ou indirectement l'entreprise d'un pays tiers ou ses services ou activités sur crypto-actifs lorsque, par exemple, le public est dirigé vers le site internet de l'entreprise du pays tiers, que les moyens d'accès aux services proposés par l'entreprise du pays tiers sont fournis, que

[3] Par exemple, une entreprise d'un pays tiers peut parrainer une compétition sportive internationale à laquelle des équipes nationales des États membres ou des athlètes de l'UE peuvent également participer. Le règlement MiCA n'interdit pas de tels accords de parrainage. En conséquence, toutefois, l'entreprise devrait être considérée comme démarchant des clients de l'UE et ne serait dès lors pas en mesure de bénéficier de l'exemption de sollicitation inversée.

[4] Par exemple, si l'accès au site internet de l'entreprise du pays tiers est géobloqué pour les clients de l'UE disposant d'une adresse IP provenant de l'UE et si l'application mobile de l'entreprise du pays tiers n'était pas disponible pour les pays de l'UE dans les boutiques d'applications mobiles.

des brochures liées aux services sur crypto-actifs sont remises, que le public est invité à remplir un profil de client ou que les services de l'entreprise du pays tiers sont, de quelque manière que ce soit, promus.

5.2 Personne sollicitante (orientation nº 2)

18. Les autorités compétentes devraient tenir compte du fait que la sollicitation peut avoir lieu indépendamment de la personne par l'intermédiaire de laquelle elle est effectuée.

19. La sollicitation peut être effectuée par l'entreprise d'un pays tiers[5] elle-même ou par toute personne agissant pour le compte de cette entreprise ou ayant des liens étroits avec celle-ci. Une personne agissant pour le compte d'une entreprise d'un pays tiers peut le faire soit: i) expressément en vertu d'un contrat, soit ii) implicitement par l'intermédiaire d'un accord informel.

20. Ces personnes peuvent inclure des «influenceurs». Les indications selon lesquelles une personne agit pour le compte d'une entreprise d'un pays tiers peuvent inclure, par exemple, l'orientation du public vers le site internet de l'entreprise du pays tiers, la fourniture des moyens d'accès aux services proposés par l'entreprise du pays tiers, la mise à disposition d'offres promotionnelles ou l'affichage du logo de l'entreprise du pays tiers. L'existence de toute forme de rémunération ou d'avantage (pécuniaire ou non pécuniaire) fourni par l'entreprise du pays tiers au tiers devrait être une indication claire du fait que le tiers agit pour le compte de cette entreprise. L'absence de rémunération ou d'avantage ne devrait toutefois pas nécessairement exclure le fait que la personne puisse agir pour le compte de l'entreprise du pays tiers.

21. Par ailleurs, les examens d'initiative (c'est-à-dire tant qu'ils ne sont pas effectués pour le compte d'une entreprise d'un pays tiers) des services ou activités sur crypto-actifs d'une entreprise d'un pays tiers ne devraient pas être considérés comme une sollicitation de la part de l'entreprise du pays tiers ou pour son compte. Ces examens ne peuvent toutefois être considérés comme «d'initiative» que lorsque l'entreprise du pays tiers n'a pas connaissance de l'examen et ne l'a pas accepté, encouragé ou facilité d'une autre manière.

22. La fourniture de services sur crypto-actifs à la suite d'une sollicitation pour le compte d'une entreprise d'un pays tiers par une personne ou une entité réglementée dans l'Union devrait toujours être considérée comme une violation du règlement MiCA. Par

[5] Telle que définie à l'article 3, paragraphe 31, du règlement MiCA.

exemple, un établissement de crédit, une entreprise d'investissement ou un prestataire de services de paiement de l'Union ne devrait pas réorienter ses clients (par exemple, par l'intermédiaire de son site internet) vers des services sur crypto-actifs fournis par une entreprise d'un pays tiers. Cela s'applique que l'entreprise du pays tiers en question fasse ou non partie du même groupe.

5.3 Initiative exclusive du client (orientation nº 3)

23. Une entreprise ne devrait pas être réputée démarcher des clients si le service ou l'activité sur crypto-actifs est fourni à l'initiative exclusive du client. L'initiative exclusive du client devrait faire l'objet d'une interprétation restrictive.

24. L'évaluation visant à déterminer si un prestataire de services sur crypto-actifs a démarché un client ou si le contact a été exclusivement initié par le client devrait être factuelle. Les dispositions contractuelles ou les clauses de non-responsabilité ne peuvent remplacer les faits contraires.

25. L'exemption de sollicitation inversée repose sur l'hypothèse selon laquelle le produit, le service ou l'activité sur crypto-actifs est fourni à l'initiative exclusive du client. L'article 61, paragraphe 2, du règlement MiCA laisse à l'entreprise d'un pays tiers la possibilité de commercialiser auprès de ce client des crypto-actifs ou des services ou activités sur crypto-actifs du même type. Toutefois, l'exigence selon laquelle les services sur crypto-actifs doivent être fournis sur la base de l'initiative exclusive du client continue de s'appliquer.

26. À ce titre, le moment où le client introduit sa demande et où l'offre, la promotion ou la publicité d'autres services ou activités sur crypto-actifs du même type est faite importe. Ladite disposition devrait dès lors être interprétée comme ne permettant pas aux entreprises de pays tiers d'offrir au client d'autres crypto-actifs ou services ou activités sur crypto-actifs, même si ces services ou activités sont du même type que celui ou ceux initialement demandés par le client, à moins qu'ils ne soient proposés dans le cadre de la transaction initiale.

27. Par exemple, si le client contacte l'entreprise du pays tiers pour acheter le crypto-actif X, celle-ci peut, à ce stade, commercialiser des crypto-actifs du même type auprès du client. En revanche, l'entreprise du pays tiers ne serait pas autorisée à commercialiser de nouvelles transactions sur le crypto-actif X ou des transactions portant sur des crypto-actifs similaires auprès de ce client un mois plus tard.

28. Les entreprises de pays tiers devraient être en mesure de fournir des enregistrements permettant de suivre la relation avec le client et, en particulier, de déterminer si le client

a pris l'initiative de recevoir des services sur crypto-actifs en ce qui concerne un nouveau produit.

5.4 Quand considérer qu'un crypto-actif ou un service sur crypto-actifs est du même type qu'un autre (orientation nº 4)

29. Le régime de sollicitation inverse laisse à une entreprise d'un pays tiers la possibilité de commercialiser des crypto-actifs ou des services ou activités sur crypto-actifs du même type dans le cadre de la relation entamée à l'initiative exclusive d'un client donné, sous réserve que l'entreprise du pays tiers se conforme également à l'orientation nº 3 ci-dessus.

30. Lorsque l'entreprise du pays tiers souhaite recourir à cette possibilité, elle devrait évaluer au cas par cas si les crypto-actifs ou les services ou activités sur crypto-actifs sont du même type, en tenant compte d'éléments tels que i) la catégorie du crypto-actif ou du service ou de l'activité sur crypto-actifs offert et ii) les risques associés à chaque crypto-actif ou service ou activité sur crypto-actifs.

31. La catégorisation des crypto-actifs et des services ou activités sur crypto-actifs utilisés par une entreprise d'un pays tiers devrait être suffisamment détaillée pour garantir que l'exemption de sollicitation inversée ne puisse pas être utilisée pour contourner les exigences d'agrément prévues à l'article 59 du règlement MiCA.

32. Ci-dessous figure une liste non exhaustive de combinaisons de crypto-actifs qui ne devraient pas être considérés comme appartenant au même type de crypto-actifs aux fins de l'exemption de sollicitation inversée:

- les jetons utilitaires, les jetons se référant à un ou des actifs ou les jetons de monnaie électronique;
- les crypto-actifs qui ne sont pas stockés ou transférés au moyen de la même technologie;
- les jetons de monnaie électronique ne se référant pas à la même monnaie officielle;
- les jetons se référant à un ou des actifs reposant principalement sur des monnaies fiat et les jetons se référant à un ou des actifs présentant d'importantes pondérations de crypto-monnaies;
- les crypto-actifs liquides et non liquides;

- les crypto-actifs autres que les jetons se référant à un ou des actifs et les jetons de monnaie électronique avec un offreur non identifiable et les crypto-actifs autres que les jetons se référant à un ou des actifs et les jetons de monnaie électronique avec un offreur identifiable.

33. Veuillez noter que les exemples ci-dessus ne doivent pas être lus a contrario. Par exemple, les jetons de monnaie électronique qui ne se réfèrent pas à la même monnaie officielle n'appartiennent pas au même type. Cependant, le fait que deux jetons de monnaie électronique se réfèrent à la même monnaie officielle ne signifie pas nécessairement qu'ils sont du même type. De même, les crypto-actifs qui ne sont pas stockés ou transférés au moyen de la même technologie n'appartiennent pas au même type. Cependant, les crypto-actifs stockés ou transférés au moyen de la même technologie ne sont pas nécessairement du même type.

6. Orientations relatives aux pratiques en matière de surveillance permettant de détecter et de prévenir le contournement de l'exemption de sollicitation inversée

34. Les entreprises de pays tiers peuvent tenter de contourner les exigences en matière d'agrément prévues à l'article 59 du règlement MiCA par divers moyens et pratiques. Il est donc primordial que les autorités compétentes suivent de près, le cas échéant, l'activité des entreprises de pays tiers dans leurs juridictions respectives. Étant donné que les services sur crypto-actifs sont presque exclusivement proposés et promus en ligne, il convient d'accorder une attention particulière aux activités en ligne des entreprises de pays tiers.

35. Les autorités compétentes devraient utiliser une ou plusieurs des pratiques de surveillance détaillées dans les orientations ci-dessous.

6.1 Surveiller les entités ciblant des clients établis ou situés dans l'Union ou actifs dans l'Union (orientation nº 1)

36. Les autorités compétentes peuvent rechercher les entreprises de pays tiers dont les numéros de téléphone commencent par des indicatifs de pays locaux ou dont l'adresse postale, l'adresse de courrier électronique ou l'adresse du site internet indique ou suggère leur présence, à tout le moins virtuelle, dans l'Union (par exemple, une URL se terminant par «lu», «de», «fr», etc.).

37. Les autorités compétentes peuvent également mener des enquêtes auprès des consommateurs afin d'identifier les entreprises auxquelles les consommateurs de leur juridiction font appel pour des services sur crypto-actifs.

38. Les autorités compétentes peuvent utiliser des outils de surveillance de la commercialisation, en particulier ceux qui sont en mesure de suivre l'activité sur les médias sociaux, étant donné qu'ils peuvent donner une indication des marchés géographiques ciblés par les entreprises de pays tiers.

6.2 Échanger avec d'autres autorités (orientation nº 2)

39. Les autorités compétentes peuvent travailler en étroite collaboration avec d'autres autorités (autorités nationales ou étrangères), qui pourraient être en mesure d'indiquer si des entreprises de pays tiers proposent des services sur le marché concerné. Ces autorités peuvent inclure la police et les autorités fiscales locales.

6.3 Réagir aux plaintes des clients ou aux lanceurs d'alerte (orientation nº 3)

40. Les autorités compétentes devraient donner suite aux plaintes des clients ou aux informations émanant de lanceurs d'alerte indiquant qu'une entreprise d'un pays tiers pourrait avoir démarché des clients sur leur territoire.

Annexe – Liste non exhaustive d'exemples de circonstances dans lesquelles une entreprise d'un pays tiers est susceptible d'être réputée démarcher des clients dans l'Union

Les exemples de circonstances mentionnés dans le tableau doivent être lus conjointement avec les orientations pertinentes.

Orientation	Description
Orientation nº 1	Une entreprise d'un pays tiers utilise des stratégies de référencement non payant (RNP) régionales ou spécifiques à un pays afin d'optimiser sa présence en ligne et d'apparaître en bonne place sur les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP) de clients potentiels de l'Union ou sur les SERP de clients potentiels de certains États membres. L'objectif du RNP est d'améliorer le classement d'un site internet dans les résultats (non payants) des moteurs de recherche. Un RNP efficace se traduit par une augmentation du trafic web et de l'exposition de la marque. Le RNP régional ou spécifique à un pays permet à une entreprise d'un pays tiers d'apparaître en meilleure position sur les SERP de clients potentiels de l'Union. Le RNP régional ou spécifique à un pays peut inclure, par exemple: i) l'utilisation d'un domaine de premier niveau (DPN) correspondant au code du pays dans le nom de domaine (par exemple, «.fr», «.es», «.at»); ii) l'utilisation d'un DPN générique (tel que «.com» ou «.org») avec des sous-répertoires spécifiques à un pays de l'Union (tels que «.com/fr», «.org/es») dans le nom de domaine; iii) l'utilisation d'un DPN générique, mais d'un ciblage géographique déterminé lors de la définition des critères dans les outils de RNP;

	iv) la création de liens géociblés[6] dans le cadre de la stratégie de marketing pour développer le trafic de clients potentiels établis dans l'Union (par exemple, une entreprise d'un pays tiers utilise le tissage de liens sur des sites internet possédant un DPN ou un sous-répertoire spécifique à un pays de l'Union).
Orientation nº 1	Une entreprise d'un pays tiers utilise des stratégies de géociblage pour exploiter des publicités numériques, que ce soit sur des SERP ou des plates-formes de médias sociaux, qui ciblent des clients potentiels de l'Union ou des clients potentiels de certains États membres.
Orientation nº 1	Une entreprise d'un pays tiers dispose d'un site internet ou d'une partie de site internet dans une langue officielle de l'UE – ce qui n'est pas habituel dans la sphère de la finance internationale – (ou d'outils de traduction intégrés sur son site internet) et rien n'indique que cette entreprise provient d'une juridiction qui utilise la même langue ou qu'elle a une clientèle ou cible des clients potentiels dans une juridiction hors UE qui utilise la même langue.
Orientation nº 1	Une entreprise d'un pays tiers parraine un événement sportif de l'UE ou d'un État membre, tel qu'un championnat national ou européen.
Orientation nº 1	Une entreprise d'un pays tiers redirige des clients potentiels de l'UE vers son site internet en intégrant un lien vers celui-ci dans du matériel pédagogique ou de formation.
Orientation nº 1	Un groupe crypto (comprenant à la fois des entités réglementées de l'UE et des entreprises de pays tiers) utilise des stratégies qui ne permettent pas au client de faire la distinction dans une mesure suffisante entre l'offre des entités réglementées de l'UE et celle des entreprises de pays tiers.
Orientation nº 1	Une entreprise d'un pays tiers répond à une demande de renseignements basée dans l'UE concernant des services ou activités non réglementés par le règlement MiCA et utilise ses réponses pour commercialiser ses services ou activités sur crypto-actifs.

[6] Il y a création de liens géociblés lorsqu'une entreprise tisse des liens à partir d'autres sites internet situés dans une région géographique. Un lien entrant est un lien établi depuis un autre site internet vers le site web de l'entreprise, ce qui permet de rediriger ou d'encourager le trafic web depuis le site internet initial vers un autre.

Orientation nº 2	Une entreprise d'un pays tiers utilise le site internet d'une filiale de l'UE ou d'une entreprise de l'UE – qu'elle soit réglementée ou non – pour afficher son logo ou un lien entrant vers son site internet ou pour promouvoir ses services ou activités sur crypto-actifs.
Orientation nº 2	Une entreprise d'un pays tiers fait appel à un influenceur ou à un créateur de contenu basé dans l'UE, et le rémunère, pour mettre en avant ses crypto-actifs ou ses services ou activités sur crypto-actifs, ou pour créer son profil, sur les médias sociaux ou d'une autre manière.
Orientation nº 2	Un prestataire de services sur crypto-actifs réglementé dans l'UE redirige des clients de l'UE qui ont l'intention de négocier des jetons non autorisés se référant à un ou des actifs vers la plate-forme de négociation ou le courtier d'un pays tiers de son groupe.
Orientation nº 3	Une entreprise d'un pays tiers est contactée par un client de l'UE qui souhaite acheter un crypto-actif. Le client de l'UE installe l'application mobile de l'entreprise du pays tiers sur son téléphone mobile pour négocier ce crypto-actif. Deux jours après la transaction initiale, le client de l'UE reçoit une notification «push» l'encourageant à accéder à l'application mobile de l'entreprise du pays tiers pour consulter les crypto-actifs qui ont la cote, y compris des crypto-actifs qui ne sont pas du même type que celui initialement négocié par le client de l'UE.
Orientation nº 3	Une entreprise d'un pays tiers est contactée par un client de l'UE qui souhaite acheter un crypto-actif. Le client de l'UE installe l'application mobile de l'entreprise du pays tiers sur son téléphone mobile pour négocier ce crypto-actif. Deux mois après la transaction initiale, le client de l'UE reçoit une notification «push» l'encourageant à accéder à l'application mobile de l'entreprise du pays tiers afin de passer à l'action et de négocier davantage (par exemple, une notification «push» concernant une promotion temporaire).
Orientation nº 4	Une entreprise d'un pays tiers est contactée par un client de l'UE qui souhaite acheter un jeton se référant à un ou des actifs émis par un émetteur qui n'est pas agréé conformément au titre III du règlement MiCA. Au moment de fournir le(s) service(s) sur crypto-actifs pertinent(s), l'entreprise du pays tiers commercialise ou propose également un type de

	crypto-actif très différent (par exemple, des jetons de mème) au client de l'UE.
Orientation nº 4	Une entreprise d'un pays tiers est contactée par un client de l'UE qui souhaite acheter un jeton se référant à un ou des actifs autorisé dans l'UE en vertu du titre III du règlement MiCA. Au moment de fournir le(s) service(s) de crypto-actifs pertinent(s), l'entreprise du pays tiers commercialise ou propose également des «jetons de mème» au client de l'UE.
Orientation nº 4	Une entreprise d'un pays tiers est contactée par une personne établie dans l'UE pour la fourniture d'un service sur crypto-actifs spécifique. En réponse, l'entreprise du pays tiers propose à cette personne un ensemble de services groupés sur crypto-actifs.