

LINEE GUIDA PER LA CONFORMITÀ DEGLI AFFILIATI

TUTTO CIÒ CHE DEVI SAPERE, IN UN UNICO LUOGO | ULTIMO AGGIORNAMENTO: AGOSTO 2023

eToro è la piattaforma di social trading leader a livello mondiale, che offre investimenti in numerosi asset e prodotti come azioni, ETF e criptovalute, nonché il trading di CFD con diversi asset sottostanti.

Al fine di creare e mantenere una presenza conforme e di successo durante il nostro rapporto di collaborazione, ci aspettiamo che ogni affiliato operi in conformità a tutte le regole e linee guida pertinenti in riferimento al gruppo eToro, alla propria attività e al canale di marketing prescelto.

Ti invitiamo a leggere di seguito i principi fondamentali relativi alla promozione dei prodotti e servizi di eToro e a discutere di tutti gli aspetti che necessitano di chiarimenti con il tuo Affiliate manager.

PRINCIPI FONDAMENTALI

- Tutti gli affiliati devono condurre attività di business e di affiliazione in linea con le presenti linee guida e i Termini e Condizioni. Eventuali violazioni possono comportare la cessazione della collaborazione.
- Tutti gli affiliati devono essere residenti in un Paese in cui eToro è autorizzata a svolgere attività di business. Tutte le comunicazioni che sono destinate a persone in altri Paesi, o che potrebbero raggiungerle, saranno soggette alle norme e alle disposizioni locali che devono essere rispettate. Comunica tutto ciò che intendi fare al tuo Affiliate manager.
- Gli affiliati sono autorizzati a usare solo i materiali di marketing ufficiali di eToro, reperibili negli strumenti dedicati al marketing di affiliazione all'interno del portale dei partner.
- Qualsiasi materiale di marketing e/o materiale correlato creato dall'affiliato (es. banner, video), o qualsiasi cambiamento significativo dei canali usati dall'affiliato, devono essere verificati e approvati da eToro prima della pubblicazione. Eventuali richieste legate a tale questione devono essere inoltrate al tuo Affiliate manager.
- Gli affiliati non sono autorizzati a promuovere eToro attraverso fonti diverse da quelle comunicate e approvate dall'Affiliate manager. Qualsiasi nuovo canale di comunicazione deve essere comunicato prima dell'utilizzo. Il traffico proveniente da fonti non approvate può costituire una violazione del contratto di affiliazione e causare la cessazione del rapporto di collaborazione. Eventuali richieste relative a tale questione devono essere comunicate al tuo Affiliate manager.
- La promozione di eToro su siti inappropriati come, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, siti di pirateria, pornografia, opzioni binarie, gioco d'azzardo e del tipo "guadagna velocemente", è severamente vietata e comporterà la cessazione del rapporto di collaborazione.
- Solo le persone di età superiore ai 18 anni sono idonee per la promozione.
- I requisiti normativi possono spesso cambiare senza preavviso. Quando ciò si verifica, potrebbe essere necessario aggiornare con effetto immediato tutti i materiali o i canali di promozione. Controlla regolarmente la newsletter per restare informato sugli aggiornamenti e agisci di conseguenza.

- Non ricorrere a tattiche di marketing illegali, non etiche o che potrebbero essere percepite come disoneste, come ad esempio impersonificazioni o falsificazioni. Le tue attività di marketing devono essere accurate, fattuali, oneste e trasparenti. Esempi di tattiche non accettabili includono, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, il suggerimento di risposte per la procedura di verifica KYC, la divulgazione di modi per impersonare altri o commettere frodi, e altre tattiche di marketing discutibili utilizzate al fine di ottenere traffico.

PRINCIPI DEL MARKETING DI AFFILIAZIONE

Quando promuove eToro, l'affiliato deve garantire che tutte le comunicazioni, le promozioni e le attività di marketing relative ai prodotti e ai servizi forniti da eToro siano oneste, chiare e non fuorvianti.

Il messaggio è onesto?

Spesso, nei contenuti, sono presenti affermazioni su quanto sia buono un prodotto o servizio. Finché tali affermazioni sono verificabili, non risulteranno fuorvianti per il cliente.

Cosa non fare:

- Usare titoli fuorvianti (es. "La migliore piattaforma di criptovalute sudcoreana": si tratta di un'affermazione fuorviante, in quanto non siamo attivi come broker in Corea del Sud e non disponiamo di una licenza per operare in tale Paese);
- Fare confronti o affermazioni sleali; es. "Stai facendo un confronto tra le prestazioni di Tesla e l'aumento del prezzo dell'argento?". Se è così, per quale motivo? In che modo i due aspetti sono legati? Se non esiste una correlazione diretta, non effettuare confronti tra strumenti.

Cosa fare:

- Garantire promozioni equilibrate; non porre alcuna enfasi su potenziali benefici, senza un'onesta indicazione dei relativi rischi o limitazioni esistenti;
- Presentare in modo evidente i rischi di un prodotto o servizio.

Il messaggio è chiaro?

Le promozioni chiare sono quelle che risultano facili da leggere (o ascoltare) e adoperano un linguaggio che non è difficile da capire o interpretare.

Cosa non fare:

- Usare espressioni gergali o un linguaggio eccessivamente complesso o tecnico, che potrebbero distogliere l'attenzione di un cliente dalle informazioni importanti.

Cosa fare:

- Dare maggiore risalto alle informazioni importanti; includere dettagli su commissioni e oneri, termini e condizioni, e qualsiasi potenziale rischio o limitazione associati al prodotto o al servizio;
- Impiegare caratteri di dimensioni ragionevoli e leggibili;
- Se usi i social media, rendi noto il tuo stato di affiliato e assicurati che il materiale che proponi sia chiaramente riconoscibile come contenuto pubblicitario. Ad esempio, puoi farlo semplicemente includendo una dicitura come "#pubblicità" o "#annuncio".

Il messaggio è fuorviante?

Se qualche aspetto non è chiaro o onesto, è possibile che induca un cliente a prendere una decisione di acquisto basata su presupposti sbagliati.

Cosa non fare:

- Usare informazioni o materiali non aggiornati;

Cosa fare:

- Includere le corrette avvertenze sui rischi per ciascun prodotto promosso.

AFFERMAZIONI FUORVIANTI

Queste affermazioni si estenderanno a qualsiasi contenuto visivo e scritto utilizzato che crei false impressioni (es. auto sportive e yacht di lusso) e includeranno, tra le altre cose:

- Presentarti in qualità di gestore di fondi; non impersonare mai eToro e non fornire consigli o raccomandazioni di investimento senza licenza.
- Nessuna commissione o gratis (sono previste commissioni aggiuntive);
- Sponsorizzazioni false da parte di personaggi famosi; uso non autorizzato di immagini o citazioni di personaggi famosi; aspettative irrealistiche: es. "Ottieni profitti fino all'85% ogni 60 secondi"; utilizzo di nomi di autorità di regolamentazione come strumento di marketing;
- Affermazioni che banalizzano gli investimenti: es. "È facile", "Guadagna soldi velocemente" o "Copia i migliori investitori e otterrai profitti: inizia subito la tua carriera di trader".

PAESI E PRODOTTI SOGGETTI A RESTRIZIONI

Alcuni dei prodotti e dei servizi di eToro potrebbero essere soggetti a restrizioni nei Paesi in cui scegli di fare attività di promozione; pertanto, in questi casi, il marketing è vietato. In nessun caso l'affiliato potrà intraprendere attività di marketing o promozionali relative a eToro in qualsiasi area geografica, località, territorio o giurisdizione all'interno di un Paese soggetto a restrizioni. Occorre prestare particolare attenzione a queste situazioni. Consulta in questo elenco le restrizioni relative ai Paesi e in questo elenco le restrizioni relative ai prodotti. Discuti delle attività che prevedi di svolgere col tuo Affiliate manager.

MARKETING NEGLI STATI UNITI

A causa dei requisiti normativi vigenti negli Stati Uniti, la promozione di azioni ed ETF richiede un'approvazione speciale prima di poter menzionare questi strumenti. Sebbene le opzioni possano essere indicate come un asset offerto negli Stati Uniti, tali opzioni non devono essere promosse in modo specifico.

Quando effettua attività di promozione in diverse giurisdizioni, l'affiliato deve chiarire cosa non è disponibile negli Stati Uniti. Inoltre, gli affiliati devono astenersi dal menzionare asset o strategie specifici.

AVVERTENZE SUI RISCHI

Le avvertenze sui rischi sono una componente importante e inscindibile del marketing e sono necessarie per garantire che i consumatori siano consapevoli dei potenziali rischi associati ai prodotti e ai servizi di eToro.

Ecco i requisiti di eToro per quanto riguarda le avvertenze sui rischi nelle promozioni di marketing:

- L'avvertenza sui rischi deve essere mostrata in modo evidente, per consentire ai consumatori di leggerla e comprenderla con facilità. È possibile farlo usando font di dimensioni leggibili, caratteri in grassetto e bordi, assicurandosi inoltre che sia vicina alla Call to action. È consigliabile inoltre incorporare le avvertenze sui rischi sia all'inizio che alla fine dei contenuti video, oppure mantenerle visibili per l'intera durata.
- L'avvertenza sui rischi deve essere conforme ai requisiti normativi, che possono variare a seconda della giurisdizione e del tipo di prodotto o servizio finanziario

promosso.

È importante restare aggiornati su questi requisiti per garantire la conformità.

Consulta su questa pagina ulteriori informazioni relative alle avvertenze sui rischi da utilizzare e quando farlo.

COLLABORIAMO!

Se avessi bisogno di ulteriore assistenza, non esitare a contattare il tuo Affiliate manager che sarà lieto di assisterti.

Desideriamo ringraziarti per la tua collaborazione e ci auguriamo di offrire la migliore esperienza possibile a tutti i nostri affiliati!

Ti informiamo che il presente documento può essere modificato di tanto in tanto affinché includa/rispecchi nuovi requisiti operativi e/o requisiti normativi nuovi/modificati.