

WYTYCZNE DOTYCZĄCE WSPÓŁPRACY Z PARTNERAMI

WSZYSTKIE NIEZBĘDNE INFORMACJE W JEDNYM MIEJSCU | DATA OSTATNIEJ AKTUALIZACJI: SIERPIEŃ 2023 R.

eToro to wiodąca na świecie platforma handlu społecznościowego, która umożliwia inwestowanie w wiele aktywów i produktów, takich jak akcje, fundusze ETF i kryptowaluty, a także handel kontraktami CFD na różne aktywa bazowe.

W celu zapewnienia i utrzymania owocnej i zgodnej z obowiązującymi przepisami współpracy przez cały okres jej trwania oczekujemy od naszych partnerów przestrzegania wszystkich zasad i wytycznych, które mają zastosowanie w odniesieniu do grupy eToro, działalności partnera i wybranego przez niego kanału komunikacji marketingowej.

Prosimy o zapoznanie się z przedstawionymi poniżej głównymi zasadami dotyczącymi promowania produktów i usług eToro oraz upewnienie się, że wszelkie wymagające wyjaśnienia kwestie zostały omówione z menedżerem ds. programu partnerskiego.

GLÓWNE ZAŁOŻENIA

- Wszyscy partnerzy muszą prowadzić działalność biznesową i afiliacyjną w sposób zgodny z niniejszymi wytycznymi i Regulaminem. Wszelkie naruszenia mogą skutkować rozwiązaniem stosunku partnerskiego.
- Każdy partner musi być rezydentem kraju, w którym eToro ma zezwolenie na prowadzenie działalności. Wszelkie publikacje, które mogą lub mają na celu dotarcie do osób w innych krajach, będą podlegać lokalnym zasadom i przepisom, których należy przestrzegać. O swoich zamiarach należy poinformować odpowiedniego menedżera ds. programów partnerskich.
- Partnerzy mogą korzystać wyłącznie z oficjalnych materiałów marketingowych eToro, które są dostępne w sekcji narzędzi marketingu afiliacyjnego w portalu partnerskim.
- Wszelkie materiały marketingowe i/lub powiązane materiały stworzone przez partnera (np. banery, filmy) lub wszelkie znaczące zmiany w kanałach komunikacji wykorzystywanych przez partnera powinny zostać sprawdzone i zatwierdzone przez eToro przed publikacją. Wszelkie wnioski dotyczące tej kwestii należy kierować do odpowiedniego menedżera ds. programów partnerskich.
- Partnerzy nie mogą promować eToro za pośrednictwem źródeł innych niż wskazane i zatwierdzone przez menedżera ds. programów partnerskich. Każdy nowy kanał komunikacji musi zostać zgłoszony przed jego wykorzystaniem. Ruch z niezatwierdzonych źródeł może stanowić naruszenie umowy afiliacyjnej i skutkować rozwiązaniem współpracy. Wszelkie stosowne wnioski w tym zakresie należy kierować do odpowiedniego menedżera ds. programów partnerskich.
- Promowanie eToro w nieodpowiednich witrynach, takich jak m.in. strony z treściami pirackimi, stronami pornograficznymi, witrynami oferującymi dostęp do opcji binarnych, witrynami oferującymi usługi hazardowe i witrynami umożliwiającymi szybkie zarabianie pieniędzy, jest surowo zabronione i będzie skutkować zakończeniem współpracy.
- W promocji mogą wziąć udział wyłącznie osoby, które ukończyły 18. rok życia.
- Wymagania regulacyjne mogą być często zmieniane bez wcześniejszego powiadomienia. W takim przypadku wszystkie materiały promocyjne lub kanały mogą

zostać natychmiast zaktualizowane. Prosimy o regularne zaglądnienie do newslettera pod kątem zmian i podejmowanie odpowiednich działań.

- Należy unikać stosowania jakichkolwiek taktyk marketingowych, które są niezgodne z prawem, zasadami etyki lub mogą być postrzegane jako nieuczciwe, takich jak podszywanie się lub fałszowanie informacji. Prezentowane przez użytkownika treści marketingowe muszą być rzetelne / oparte na faktach, uczciwe i przejrzyste. Wśród przykładów niedopuszczalnych taktyk można wymienić między innymi przekazywanie odpowiedzi na pytania KYC, ujawnianie sposobów na podszywanie się pod inne osoby lub dokonywanie oszustw, a także inne budzące wątpliwości taktyki marketingowe stosowane w celu generowania ruchu.

ZASADY MARKETINGU AFILIACYJNEGO

Promując eToro, Partner powinien dopilnować, aby wszelkie przekazywane informacje oraz działania promocyjne i marketingowe związane z produktami i usługami świadczonymi przez eToro były rzetelne, przejrzyste i nie wprowadzały w błąd.

Czy treści są uczciwe?

W treści często pojawiają się stwierdzenia zachwalające dany produkt lub usługę. O ile dane twierdzenia można zweryfikować, nie będą one wprowadzać klientów w błąd.

Nie należy:

- Używać wprowadzających w błąd nagłówków (np. „najlepsza południowokoreańska platforma kryptowalutowa” – taki nagłówek jest mylący, ponieważ nie eToro nie jest brokerem południowokoreańskim i nie posiada licencji na prowadzenie działalności w Korei Południowej);
- Prezentować nieuczciwych porównań lub stwierdzeń, np.: Czy porównujesz wyniki akcji spółki Tesla do wzrostu cen srebra? Jeśli tak, dlaczego? Jaki jest związek między tymi instrumentami? Jeśli taki związek nie istnieje, nie wolno prezentować takich porównań.

Należy:

- Dbać o to, by promocje były prezentowane w sposób wyważony; nie kłaść nacisku na potencjalne korzyści bez rzetelnego wskazania wszelkich istotnych zagrożeń lub ograniczeń;
- Prezentować informacje o ryzyku związanym z produktem lub usługą w widocznym miejscu.

Czy treść jest jasna?

Czytelne treści promocyjne to takie, które są łatwe do przeczytania (lub usłyszenia) i napisane językiem, który nie jest trudny do zrozumienia lub zinterpretowania.

Nie należy:

- Stosować żargonu lub zbyt skomplikowanego lub technicznego języka, który mógłby odwrócić uwagę klienta od kluczowych informacji.

Należy:

- Eksponować ważne informacje; uwzględniać szczegóły dotyczące opłat i prowizji, zasad i warunków oraz wszelkich potencjalnych zagrożeń lub ograniczeń związanych z produktem lub usługą;
- Używać czytelnych czcionek w odpowiednim rozmiarze;
- Jeśli korzystasz z mediów społecznościowych, poinformuj, że jesteś partnerem serwisu i upewnij się, że Twój materiał jest wyraźnie oznaczony jako materiał reklamowy. Wystarczy, że oznaczysz materiał odpowiednim hasztagiem, np. #reklama

Czy treść wprowadza w błąd?

Jeśli dany komunikat nie jest ani jasny, ani rzetelny, może on wprowadzić w błąd klienta podejmującego decyzję o zakupie.

Nie należy:

- Korzystać z nieaktualnych informacji lub materiałów;

Należy:

- Informować o zagrożeniach związanych z każdym promowanym produktem.

INFORMACJE WPROWADZAJĄCE W BŁĄD

Za takie informacje uznaje się wszelkie wizualne i pisemne treści, które mogą stwarzać mylne wrażenie (tj. zdjęcia szybkich samochodów i luksusowych jachtów), np.

- Podawanie się za osobę zarządzającą funduszem; nigdy nie należy podszywać się pod
- eToro ani udzielać nielicencjonowanych porad lub rekomendacji inwestycyjnych.
- Informowanie o braku opłat lub darmowym charakterze oferty (obowiązują inne opłaty);
- Korzystanie ze zmyślnych rekomendacji celebrytów; nieautoryzowane
- wykorzystywanie wizerunków lub wypowiedzi celebrytów; nierealistyczne
- oczekiwania, np. „Zyskasz nawet 85% zwrotu z inwestycji co 60 sekund”;
- wykorzystywanie nazwy instytucji regulacyjnych jako narzędzia marketingowego;
- Stwierdzenia, które trywializują inwestowanie: „Zarabiaj łatwo, zarabiaj szybko” lub
- „Kopiuj najlepszych traderów, a osiągniesz zyski”, „Rozpocznij karierę tradera już teraz”.

KRAJE I PRODUKTY OBJĘTE OGRANICZENIAMI

Niektóre produkty i usługi eToro mogą podlegać ograniczeniom w krajach, w których będziesz je promować, co oznacza, że ich promocja będzie zabroniona.

W żadnym wypadku Partner nie może angażować się w jakiegokolwiek działania marketingowe lub promocyjne na rzecz eToro w jakimkolwiek obszarze, lokalizacji, terytorium lub jurysdykcji w kraju, w którym obowiązują ograniczenia. W tym zakresie należy zachować szczególną rozwagę.

Ograniczenia dotyczące krajów można znaleźć na tej liście, a ograniczenia dotyczące produktów – na tej liście. Prosimy o omówienie planowanych działań ze swoim menedżerem ds. programów partnerskich.

PROWADZENIE DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W USA

Ze względu na wymogi regulacyjne obowiązujące w Stanach Zjednoczonych, promowanie akcji i funduszy ETF wymaga uzyskania specjalnej zgody na informowanie o tych instrumentach. Wśród aktywów oferowanych na terytorium Stanów Zjednoczonych można wymienić opcje, jednak nie powinny być one specjalnie promowane.

Jeśli działania promocyjne prowadzone są na terenie wielu jurysdykcji, partner musi wyjaśnić, które usługi lub produkty nie są dostępne na terytorium Stanów Zjednoczonych. Dodatkowo partnerzy powinni powstrzymać się od wymieniania konkretnych aktywów lub strategii.

OSTRZEŻENIA O RYZYKU

Ostrzeżenia o ryzyku są ważnym i nieodłącznym elementem działań marketingowych. Ich celem jest zagwarantowanie, że konsumenci będą świadomi potencjalnych zagrożeń związanych z produktami i usługami oferowanymi przez eToro.

Poniżej przedstawiono wymogi eToro dotyczące ostrzeżeń o ryzyku w ramach prowadzonych kampanii marketingowych:

- Ostrzeżenie o ryzyku powinno być umieszczone w widocznym miejscu, aby konsumenci mogli się z nim z łatwością zapoznać. W tym celu można użyć czytelnego rozmiaru czcionki, pogrubienia i obramowania, a także upewnić się, że ostrzeżenie znajduje się blisko przycisku CTA. Ponadto zaleca się umieszczanie ostrzeżeń o ryzyku zarówno na początku, jak i na końcu treści wideo lub prezentowanie ich przez cały czas trwania materiału.

- Ostrzeżenie o ryzyku powinno być zgodne z wymogami regulacyjnymi, które mogą różnić się w zależności od jurysdykcji i rodzaju promowanego produktu lub usługi finansowej.
Należy na bieżąco monitorować te wymagania, aby mieć pewność, że są one przestrzegane.

Dodatkowe informacje na temat tego, które ostrzeżenia o ryzyku należy stosować i w jakich przypadkach, zamieszczono na tej stronie.

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY!

Jeśli potrzebujesz dalszej pomocy, nie wahaj się skontaktować ze swoim menedżerem ds. programów partnerskich, który udzieli Ci wszelkiej niezbędnej pomocy.

Chcielibyśmy serdecznie podziękować Ci za dotychczasową współpracę. Liczymy, że wszyscy nasi partnerzy będą zadowoleni z naszych programu!

Uwaga: niniejszy dokument może być okresowo zmieniany w celu uwzględnienia nowych wymogów operacyjnych i/lub nowych/zmienionych wymogów regulacyjnych.