

## إرشادات التسويق والترويج المالي

### 1. الشروط العامة

- 1.1. تشكل إرشادات التسويق والترويج المالي هذه (المشار إليها فيما يلي باسم "الإرشادات") جزءاً لا يتجزأ من اتفاقية تقديم الخدمات. تحتفظ الشركة بالحق، بناءً على تقديرها الخاص والمطلق، في إلغاء الإرشادات أو تعديلها.
- 1.2. يجب على الشريك ضمان الامتثال لهذه المتطلبات في جميع الأوقات أثناء تقديم الخدمات بموجب الاتفاقية. يجب الحصول على موافقة الشركة على أي مواد يتم إعدادها لأغراض الدعاية أو الترويج.
- 1.3. يجب مراعاة هذه الإرشادات بالتزامن مع المتطلبات القانونية الخاصة بالدولة التي يمكن أن تتم فيها العروض الترويجية.
- 1.4. "التسويق والترويج المالي" (الخدمات) يتم تعريفها على أنها جميع المواد الإعلانية في أي وسيلة اتصال، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر أي اتصالات إلكترونية أو عبر الإنترنت، ومواد التسويق والمنشورات وجميع المسائل المتعلقة بالعمليات التسويقية التي يستخدمها الشريك.
- 1.5. لا يسمح للشريك تقديم نصيحة استثمارية أو قانونية أو حوافز أو التوصيات أو إدارة المحافظ المالية للعملاء و/أو العملاء المحتملين أو التعامل مع أي من أموالهم أو أرصدهم.
- 1.6. الجمهور المحظور - خدمات الشركة والمنتجات المتداولة متاحة فقط للأفراد الذين يبلغون من العمر 18 عامًا على الأقل.
- 1.7. الدول المحظورة - للحصول على القائمة الكاملة للدول التي لا تقدم الشركة خدماتها فيها، يرجى الاستفسار من الشركة.
- 1.8. المبادئ التوجيهية العامة للاتصالات
  - كن عادلاً دقيقاً وواضحاً وغير مضللاً؛
  - لا تضمن أو تعد بالأرباح أو تضمن ضد الخسائر؛
  - اعرض الفرص والمخاطر بطريقة متوازنة؛
  - لا تستخدم عبارات مطلقة أو غير مشروطة؛
  - تأكد من أن تكون المعلومات كافية ويتم تقديمها بحيث من المرجح أن يفهمها العضو العادي من الجمهور الذي يتم توجيه المعلومات إليه، أو الشخص المحتمل أن يتلقى المعلومات؛
  - لا تقم بإخفاء العناصر أو العبارات أو التحذيرات المهمة أو التقليل من أهميتها أو حجبها؛
  - لا تروج للمنتجات أو العروض غير المتعلقة بالشركة والتي تحمل شعار الشركة؛
  - لا تستخدم عبارات غير مؤهلة - يجب أن تكون أي حقائق مدعومة بمصدر؛
  - عندما يتم ذكر الأنوات المالية، يجب أن تكون المعلومات واضحة ويجب تضمين روابط إلى الموقع الإلكتروني.
  - عند الإشارة إلى العمولة/الرسوم، يتطلب ذلك شرحاً كاملاً وإشارة إلى تفاصيل العقد المحددة.
  - استخدم التحذير من المخاطر المناسب؛
  - تتم موازنة فوائد المنتج وعيوبه من خلال عبارات مميزة متساوية في الأهمية؛
  - تأكد من أن تنسيق التحذير من المخاطر واضح وقابل للقراءة، وفي مكان بارز وبألوان مرئية؛
  - المراجع الضريبية: إذا كانت أي معلومة تشير إلى معاملة ضريبية معينة، فيجب علينا التأكد من أنها تنص بشكل واضح على أن المعاملة الضريبية تعتمد على الظروف الفردية لكل عميل وقد تكون عرضة للتغيير في المستقبل؛
  - عدم استخدام اسم أي جهة تنظيمية بطريقة تشير أو توحى بتأييد أو موافقة الجهة التنظيمية على منتجات شركة AM أو خدماتها؛
  - يجب نشر النص على مواقع أو صفحات ويب متعلقة بالأسواق المالية أو الأخبار أو الخدمات/المنتجات الأخرى ذات الصلة بالشؤون المالية.

### 2. المراقبة

- 2.1. ستقوم الشركة بمراقبة الاتصالات بشكل مستمر لضمان الامتثال لهذه الإرشادات. إذا حدثت مشكلات الامتثال بشكل منتظم، قد تحتاج الشركة إلى إعادة النظر في التعاون شكل عام.
- 2.2. قد تتواصل الشركة مع الشريك لإنهاء و/أو إزالة التسويق والعروض الترويجية المالية إذا اعتبرت الشركة ذلك مناسباً. في هذه الحالة، يجب على الشريك الامتثال لهذا الطلب في غضون 24 ساعة.
- 2.3. إذا واجهت أي مشكلات في الامتثال المتوقع للمتطلبات، يجب الإبلاغ عن ذلك للشركة فوراً من أجل تمديد الموعد النهائي.
- 2.4. قد يتم تحديث هذه المبادئ التوجيهية في أي وقت، وبالتالي سيتعين على الشريك الامتثال للإرشادات المحدثة في جميع الأوقات.

### 3. استخدام التحذير من المخاطر

- 3.1. يجب أن يكون التحذير من المخاطر بتصميم يضمن ظهوره بوضوح، وبحجم خط لا يقل عن حجم الخط السائد، وبنفس اللغة المستخدمة في الاتصال أو المعلومات المنشورة.
- 3.2. مراجعة جميع التحذيرات من المخاطر
  - يتم عرض المعلومات والعبارات والتحذيرات الهامة بخطوط واضحة وسميكة على خلفيات محايدة لسهولة القراءة
  - يجب أن يكون حجم المعلومات أو العبارات أو التحذيرات المهمة متناسباً مع محتوى وحجم واتجاه المادة الترويجية بشكل عام
  - توجد تحذيرات من المخاطر داخل حدودها المميزة، مما يلفت انتباه القارئ إليها
  - يتم ذكر التحذيرات من المخاطر بشكل واضح في النص الرئيسي للتسويق والترويج المالي وقبل "النص الصغير" (أي النص الإضافي الخاص بالمنتج/النص القانوني ومعلومات الاتصال بالشركة)
  - تظهر معلومات المخاطر على الصفحة الرئيسية للموقع التي يصل إليها العميل أو لأً عند اتباع رابط ترويجي

- تظل التحذيرات من المخاطر ثابتة على الشاشة حتى عندما يقوم العميل بالتمرير لأعلى ولأسفل صفحات الموقع الإلكتروني المعنية
- تتكرر المخاطر على الصفحات المرتبطة في سلسلة منتجات الموقع الإلكتروني.
- يجب أن يكون التحذير من المخاطر موجودًا على اللافتة وفي النص

#### فالأداء السابق ليس مؤشرًا موثوقًا به للنتائج المستقبلية.

3.3.5 عند الإشارة إلى "الأداء السابق":

- يجب ألا تكون تلك الإشارة هي السمة الأبرز في التواصل؛
- يجب تضمين معلومات الأداء المناسبة التي تغطي السنوات الخمس السابقة مباشرة، أو الفترة الكاملة التي تم فيها عرض الأداة المالية؛
- تم إنشاء المؤشر المالي، أو تم تقديم الخدمة الاستثمارية إذا كانت أقل من خمس سنوات، وفي كل الأحوال يجب أن تستند معلومات الأداء إلى فترات كاملة مدتها 12 شهرًا؛
- يجب تحديد الفترة المرجعية ومصدر المعلومات بشكل واضح؛
- يجب أن تتضمن المعلومات تحذيرًا بارزًا بأن الأرقام تشير إلى الماضي وأن الأداء السابق ليس مؤشرًا موثوقًا به للنتائج المستقبلية.

3.3.6 عند الإشارة إلى الأداء المستقبلي:

- لا يجوز الاستناد أو الإشارة إلى أداء سابق محاكي؛
- يجب الاستناد إلى افتراضات معقولة مدعومة ببيانات موضوعية؛
- عندما تكون المعلومات مبنية على الأداء الإجمالي، فيجب الإفصاح عن تأثير العمولات أو الرسوم أو التكاليف الأخرى؛
- ويجب أن يتضمن تحذيرًا بارزًا بأن مثل هذه التوقعات لا تشكل مؤشرًا موثوقًا للأداء المستقبلي.

#### 4. اللغة

- يأخذ في الاعتبار الفهم المحتمل للسوق المستهدفة للمنتجات المالية.
- يجب أن تكون واضحة وخالية من المصطلحات المتخصصة قدر الإمكان (بما في ذلك الشروط والأحكام).
- يتم شرح المصطلحات المتخصصة المضمنة، أو يتم توفير إشارة مرجعية إلى الشرح.

#### 5. لا توجد مشورة استثمارية أو إدارة محفظة مالية

- 5.1 لا يجوز للشركة تقديم خدمة الاستثمار في المشورة الاستثمارية أو إدارة المحافظ المالية.
- 5.2 يجب على الشريك عدم تقديم أي نصيحة استثمارية و/أو مالية و/أو خدمات إدارة المحافظ المالية خدمات إدارة للعملاء المحتملين، بما في ذلك إدارة الأموال وما إلى ذلك.

#### 6. الشفافية

- 6.1 يجب على الشريك دائمًا استخدام المعلومات الصحيحة. لا تستخدم معلومات خاطئة قد تضلل، مثل الأسماء الزائفة أو الوظيفة أو عناوين البريد الإلكتروني.
- 6.2 لا يجوز للشريك أبدًا أن يقدم نفسه على أنه يعمل و/أو يمثل و/أو يكون وكيلًا و/أو موظفًا للشركة.
- 6.3 لا يجوز للشريك استخدام اسم الشركة بطريقة تعطي للجمهور و/أو أي جهة تنظيمية الانطباع بما ورد أعلاه.