

## REGULAMIN PROGRAMU AFILIACYJNEGO MFA TRADERS

Niniejszy Regulamin określa zasady uczestnictwa w Programie Afiliacyjnym prowadzonym przez My Funding Account Prosta Spółka Akcyjna z siedzibą w Katowicach przy Al. W. Korfantego 138A, 40-156 Katowice, wpisana do rejestru Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy Katowice-Wschód, Wydział VIII Gospodarczy KRS pod numerem KRS: 0001023771, NIP: 6343021306, o kapitale akcyjnym w wysokości 2 060 948,00 zł (dalej: „MFA” lub „Organizator”).

Regulamin jest dokumentem publikowanym na stronie internetowej i określa zasady udziału w Programie Afiliacyjnym. Akceptacja Regulaminu przez osobę dokonującą rejestracji w Programie (w trybie „self-serve”) stanowi zawarcie umowy o udział w Programie na warunkach standardowych, bez konieczności podpisywania odrębnej umowy.

MFA może również zawierać z wybranymi Partnerami indywidualne umowy/warunki szczególne („Umowa Indywidualna”), które określają odmienne parametry współpracy (np. stawki, rabaty, wyjątki) – w takim przypadku postanowienia Umowy Indywidualnej mają pierwszeństwo przed postanowieniami Regulaminu w zakresie w niej uregulowanym.)

### 1. Postanowienia ogólne

1. Organizatorem Programu jest My Funding Account Prosta Spółka Akcyjna z siedzibą w Katowicach przy Al. W. Korfantego 138A, 40-156 Katowice, wpisana do rejestru Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy Katowice-Wschód, Wydział VIII Gospodarczy KRS pod numerem KRS: 0001023771, NIP: 6343021306, o kapitale akcyjnym w wysokości 2 060 948,00 zł (dalej: „MFA”). Program umożliwia Partnerom promowanie produktów MFA dostępnych na mfatraders.com, w szczególności: „MFA Challenge” oraz „MFA Instant” (dalej łącznie: „Produkty”).

2. Program jest skierowany do: (a) podmiotów prowadzących działalność gospodarczą (B2B) oraz (b) osób fizycznych (w tym prowadzących działalność nierejestrowaną), które są rezydentami podatkowymi państw, w których MFA świadczy usługi i dopuszcza współpracę afiliacyjną, z wyłączeniem jurysdykcji wskazanych jako niedozwolone/zakazane w obowiązującym Regulaminie Świadczenia Usług MFA (OWU) dostępnym na stronie mfatraders.com („Kraje Zakazane”). MFA może w każdym czasie odmówić dopuszczenia do Programu lub wypłaty prowizji w odniesieniu do Partnerów z określonych jurysdykcji z przyczyn compliance, sankcyjnych, AML lub operacyjnych, niezależnie od postanowień zdania poprzedzającego). W razie sprzeczności pomiędzy Regulaminem a Umową/Warunkami Szczególnymi, pierwszeństwo mają postanowienia Umowy/Warunków Szczególnych.

3. Akceptacja Regulaminu jest równoznaczna z akceptacją Wytycznych Marketingowych stanowiących załącznik nr 1 oraz integralną część Programu.

### 2. Definicje

**Partner / Afiliant** – podmiot B2B lub Osoba Fizyczna, który przystąpił do Programu poprzez rejestrację i akceptację Regulaminu (tryb standardowy) albo na podstawie Umowy Indywidualnej; MFA może odmówić aktywacji lub zawiesić udział zgodnie z Regulaminem.

**Klient** – osoba nabywająca Produkt MFA.

**Kod Rabatowy** – indywidualny kod przypisany Partnerowi, zawierający: (i) rabat dla Klienta oraz (ii) stawkę prowizji dla Partnera.

**Warunki Standardowe** – parametry Programu obowiązujące Partnerów w trybie standardowym (w szczególności: standardowy Rabat dla Klienta i standardowa Stawka Prowizji), wskazane w Regulaminie.

**Cena Bazowa** – cena Produktu przed rabatami.

**Cena po Rabacie** – cena Produktu finalnie płatna przez Klienta po zastosowaniu Kodu Rabatowego decydującego zgodnie z zasadą „last code wins” oraz po uwzględnieniu zasad akcji promocyjnych MFA, przy czym rabaty nie sumują się, o ile MFA wyraźnie nie postanowi inaczej dla danej akcji

**Transakcja Kwalifikowana** – zakup Produktu z użyciem Kodu Rabatowego Partnera, opłacony skutecznie, nieanulowany, niezwrócony, nieobjęty chargebackiem i nieuznany za Nadużycie.

**Prowizja** – wynagrodzenie Partnera obliczane procentowo od Ceny po Rabacie zgodnie z Warunkami Standardowymi albo – jeżeli zawarto Umowę Indywidualną – zgodnie z tą Umową Indywidualną.

**Okres Weryfikacji (Hold)** – okres wstrzymania zatwierdzenia i/lub wypłaty Prowizji w celu weryfikacji Transakcji, w szczególności pod kątem zwrotów, chargebacków, Nadużyć i ryzyk compliance. Hold liczony jest od dnia zakupu Produktu przez Klienta i wynosi co do zasady 30 dni kalendarzowych, chyba że MFA wskaże inaczej w Regulaminie lub wydłuży go w przypadkach określonych w Regulaminie

**Nadużycie (Fraud)** – działania opisane w pkt 17 Regulaminu.

**Platforma** – platforma MFA dostępna pod adresem platform.mfatraders.com.

**Konto Afiliacyjne** – konto Partnera w Platformie przeznaczone do prezentowania prowizji i składania wniosków o wypłatę.

**Waluta Rozliczeniowa** – waluta, w której MFA prowadzi ewidencję Prowizji na Koncie Afiliacyjnym i/lub dokonuje wypłat. Walutą Rozliczeniową jest co do zasady USD ( dolar amerykański), o ile MFA nie wskaże innej waluty dla danego Partnera lub wypłaty

**Informacje Poufne** – wszelkie informacje niepubliczne uzyskane przez Partnera w związku z Programem, w szczególności: parametry Kodów Rabatowych (rabat/prowizja), raporty prowizyjne, dane o sprzedaży/konwersjach i źródłach ruchu, zasady antyfraud, wymagania KYC/AML, informacje techniczne o Platformie, know-how i informacje handlowe MFA lub podmiotów powiązanych.

**Treści Partnera** – wszelkie materiały (w tym wideo, grafiki, zdjęcia, teksty, recenzje, posty, reklamy) wytworzone, publikowane lub wykorzystywane przez Partnera w związku z promocją Produktów w ramach Programu.

### 3. Przystąpienie do Programu i dopuszczenie Partnera

1. Partner może przystąpić do Programu w trybie standardowym poprzez: (a) rejestrację/zgłoszenie w Platformie oraz (b) akceptację Regulaminu (np. checkbox). Z chwilą akceptacji Regulaminu dochodzi do zawarcia umowy o udział w Programie na Warunkach Standardowych, bez konieczności podpisywania odrębnej umowy.
2. Po przystąpieniu w trybie standardowym MFA udostępnia Partnerowi Konto Afiliacyjne oraz przypisuje Kod Rabatowy zgodnie z Warunkami Standardowymi, z zastrzeżeniem pkt 4–6 poniżej.
3. MFA może zawrzeć z Partnerem Umowę Indywidualną określającą odmienne parametry (np. rabat, stawkę prowizji, wyjątki marketingowe, wyłączność). W takim przypadku Umowa

Indywidualna ma pierwszeństwo przed Warunkami Standardowymi w zakresie w niej uregulowanym.

4. MFA może odmówić aktywacji, ograniczyć zakres uczestnictwa albo zawiesić Konto Afiliacyjne/kod z ważnych przyczyn, w szczególności z przyczyn compliance, bezpieczeństwa, ryzyka nadużyć, sankcji, naruszeń Regulaminu/Wytycznych lub ochrony reputacji.

5. MFA utrwała informacje dotyczące akceptacji Regulaminu (m.in. identyfikator konta, datę i godzinę akceptacji, informacje techniczne) i może wykorzystywać je jako dowód przystąpienia do Programu.

6. Partner zobowiązuje się podawać prawdziwe i aktualne dane, a w razie zmiany danych – zaktualizować je w Platformie.

#### 4. KYC/AML, sankcje i zgodność

1. MFA stosuje procedury weryfikacji Partnerów, w tym procedury KYC/AML oraz weryfikacje sankcyjne, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, regulacjami wewnętrznymi MFA oraz wymogami podmiotów współpracujących z MFA.

2. Warunkiem wypłaty prowizji (akceptacji Wniosku o Wypłatę) jest pozytywne zakończenie weryfikacji KYC/AML oraz dostarczenie dokumentów i informacji wymaganych przez MFA. MFA przekazuje Partnerowi listę wymaganych informacji/dokumentów oraz instrukcje ich dostarczenia.

3. Partner może posiadać aktywne Konto Afiliacyjne i Kod Rabatowy oraz naliczać prowizje w trybie standardowym przed ukończeniem KYC/AML, z zastrzeżeniem, że do czasu pozytywnego zakończenia KYC/AML prowizje mają charakter ewidencyjny, a MFA może wstrzymać ich zatwierdzanie i wypłatę.

4. W przypadku niedostarczenia wymaganych dokumentów lub nieukończenia KYC/AML w terminie wskazanym przez MFA: (a) MFA odrzuci lub wstrzyma Wniosek o Wypłatę, oraz (b) MFA może zawiesić Konto Afiliacyjne lub ograniczyć funkcjonalności Programu do czasu spełnienia wymogów.

5. Partner nie nabywa roszczenia o wypłatę prowizji przed spełnieniem wymogów KYC/AML oraz przed zatwierdzeniem prowizji zgodnie z Regulaminem.

6. MFA może w każdym czasie żądać aktualizacji danych i dokumentów (ciągła weryfikacja) oraz może zażądać przeprowadzenia KYC/AML przed wypłatą lub wcześniej, jeżeli jest to uzasadnione ryzykiem AML/sankcyjnym, bezpieczeństwem lub przeciwdziałaniem nadużyciom.

7. MFA może odmówić wypłaty lub rozwiązać umowę/uczestnictwo, jeżeli jest to wymagane przepisami prawa, decyzją organu lub uzasadnione ryzykiem AML/sankcyjnym – bez obowiązku ujawniania szczegółowych podstaw, jeżeli ujawnienie byłoby niedopuszczalne prawnie lub mogłoby utrudnić działania zgodności.

8. MFA może odmówić wypłaty oraz usunąć/wyzerować saldo prowizji ewidencyjnych, jeżeli Partner nie ukończy KYC/AML w terminie 45 dni od pierwszego Wniosku o Wypłatę albo od wezwania MFA, o ile jest to dopuszczalne prawem oraz uzasadnione względami compliance/antypoważności.

## 5. Licencja na Treści Partnera

1. Partner udziela MFA niewyłącznej, nieodpłatnej licencji (z prawem do udzielania sublicencji podmiotom powiązanim MFA oraz dostawcom usług marketingowych/IT działającym na rzecz MFA) na korzystanie z treści i materiałów wytworzonych lub wykorzystywanych przez Partnera w związku z promocją („Treści Partnera”).
2. Licencja jest udzielona na terytorium całego świata i obejmuje w szczególności utrwalanie, zwielokrotnianie, publiczne udostępnianie w Internecie, wykorzystanie w reklamie (w tym płatnej), social mediach, na stronach internetowych, w newsletterach i materiałach promocyjnych MFA.
3. MFA może dokonywać technicznych i marketingowych modyfikacji Treści Partnera (kadrowanie, skracanie, zmiana formatu, napisy, tłumaczenie), bez naruszania dobrego imienia Partnera.
4. Licencja jest udzielana na czas trwania Umowy oraz przez 5 lat po jej rozwiązaniu w zakresie Treści Partnera wytworzonych w czasie obowiązywania Umowy.
5. Partner oświadcza, że posiada prawa i zgody niezbędne do udzielenia licencji (w tym zgody osób występujących w Treściach Partnera) oraz że Treści Partnera nie naruszają praw osób trzecich.

## 6. Audyt, weryfikacja źródeł ruchu i współpraca

1. MFA ma prawo weryfikować zgodność działań Partnera z Regulaminem i Wytycznymi, w tym weryfikować źródła ruchu, metody promocji, poprawność oznaczeń reklamowych, zgodność z zakazami (np. brand-bidding, niedozwolone jurysdykcje) oraz występowanie Nadużyć.
2. W ramach weryfikacji MFA może żądać od Partnera informacji i materiałów racjonalnie niezbędnych do oceny zgodności, w szczególności: (i) listy kanałów promocji, (ii) przykładów kreacji/reklam, (iii) danych o kampaniach (np. zakres słów kluczowych, ustawienia targetowania), (iv) potwierdzeń posiadania praw do Treści Partnera, (v) wyjaśnień dotyczących nietypowych wzorców ruchu/konwersji.

Partner zobowiązuje się przekazać wymagane informacje w terminie wskazanym przez MFA (nie krótszym niż 3 dni robocze, chyba że charakter sprawy uzasadnia krótszy termin), a także współpracować w dobrej wierze przy wyjaśnianiu wątpliwości.

Brak współpracy, odmowa udzielenia informacji lub podanie informacji nieprawdziwych może skutkować wstrzymaniem zatwierdzania prowizji, wstrzymaniem wypłat, zawieszeniem Konta Afiliacyjnego, dezaktywacją Kodów lub zakończeniem uczestnictwa Partnera w Programie.

## 7. Poufność

1. Partner zobowiązuje się zachować w poufności Informacje Poufne i wykorzystywać je wyłącznie w celu uczestnictwa w Programie.
2. Partner nie ujawni Informacji Poufnych osobom trzecim bez uprzedniej zgody MFA, z wyjątkiem ujawnienia na rzecz doradców Partnera (prawnych/podatkowych/księgowych) związanych obowiązkiem poufności albo gdy ujawnienie jest wymagane przez prawo – wówczas Partner (o ile prawnie dopuszczalne) uprzednio poinformuje MFA.
3. Obowiązek poufności obowiązuje przez okres uczestnictwa w Programie oraz przez 5 lat po jego zakończeniu.
4. W przypadku naruszenia poufności MFA może: (i) zawiesić konto i kody Partnera, (ii) wstrzymać wypłaty, (iii) dochodzić odszkodowania na zasadach ogólnych, a także naliczyć karę umowną, o ile przewidziano ją w pkt 5.

5. Za naruszenie obowiązku poufności Partner zapłaci karę umowną w wysokości 10 000 PLN za każde naruszenie. Zapłata kary nie wyłącza prawa MFA do dochodzenia odszkodowania przewyższającego karę.

### **8. Zakaz dyskredytowania**

1. Partner zobowiązuje się powstrzymać od publicznego rozpowszechniania treści, które bezprawnie naruszają renomę, dobre imię lub wiarygodność MFA, podmiotów powiązanych z MFA oraz osób działających w imieniu MFA, w szczególności treści nieprawdziwych, wprowadzających w błąd, zniesławiających lub ujawniających Informacje Poufne.
2. Postanowienie powyższe nie ogranicza prawa Partnera do: (i) składania do MFA reklamacji i zgłoszeń w trybie niepublicznym, (ii) publikowania rzetelnych opinii zgodnych z prawdą i nienaruszających poufności, (iii) wykonywania obowiązków wynikających z przepisów prawa.
3. W przypadku naruszenia MFA może wezwać Partnera do usunięcia lub sprostowania treści w terminie wskazanym przez MFA (nie dłuższym niż 48 godzin), a Partner zobowiązuje się do wykonania wezwania.

### **9. Zwolnienie z odpowiedzialności**

1. Partner zobowiązuje się zwolnić z odpowiedzialności, bronić i zabezpieczyć MFA, jej spółkę dominującą i podmioty powiązane oraz ich dyrektorów, członków zarządu, pracowników, wykonawców, przedstawicieli i agentów (łącznie „Podmioty Zabezpieczane”) przed wszelkimi roszczeniami osób trzecich, pozwami, postępowaniami, zawiadomieniami regulatora i/lub dochodzeniami, odpowiedzialnością, grzywnami, karami, kosztami i wydatkami (w tym uzasadnionymi kosztami obsługi prawnej) (łącznie „Straty”) wynikającymi z lub związanymi z: (i) umyślnym działaniem niezgodnym z prawem, rażącym niedbalstwem lub naruszeniem Umowy/Regulaminu przez Partnera; (ii) naruszeniem praw osób trzecich przez Treści Partnera lub działania marketingowe Partnera; (iii) naruszeniem obowiązków dot. reklamy, oznaczeń, jurysdykcji, antyfraud oraz brand-biddingu.
2. Ochrona pozostaje w mocy po rozwiązaniu Umowy.
3. MFA powiadomi Partnera o Stratach na piśmie w rozsądnym terminie; brak powiadomienia nie zwalnia Partnera z odpowiedzialności.
4. Partner prowadzi obronę, przy czym MFA może uczestniczyć w obronie na własny koszt przez wybranego pełnomocnika. Partner nie zawrze ugody bez uprzedniej pisemnej zgody MFA, jeśli ugoda (a) nie zwalnia w pełni Podmiotów Zabezpieczanych z odpowiedzialności lub (b) wymaga od nich zapłaty, przyznania winy albo zobowiązań niepieniężnych

### **10. Zakres promocji i brak umocowania**

1. Partner promuje Produkty dostępne na mfatraders.com zgodnie z aktualną ofertą MFA oraz dokumentami dotyczącymi Produktów (w tym regulaminami/OWU Produktów).
2. Partner działa we własnym imieniu i na własną odpowiedzialność. Partner nie jest przedstawicielem, agentem ani pełnomocnikiem MFA i nie jest uprawniony do składania oświadczeń woli w imieniu MFA.
3. Zabronione jest w szczególności: (a) obiecywanie lub sugerowanie gwarantowanych zysków, „pewnego wyniku” lub „pewnego zdania”, (b) modyfikowanie warunków Produktów lub udzielanie dodatkowych rabatów poza Kodem, (c) podszywanie się pod MFA lub tworzenie wrażenia „oficjalnego kanału” bez pisemnej zgody MFA.

## 11. Kod Rabatowy, atrybucja i naliczanie Prowizji

1. MFA oferuje w ramach Programu dwa typy Produktów:

- a) konta typu **Challenge**,
- b) konta typu **Instant**.

Dla każdego typu Produktu mogą obowiązywać odmienne parametry Kodów Rabatowych.

2. Każdy Kod Rabatowy posiada dwa parametry:

- a) **Rabat dla Klienta** – procentowa zniżka od ceny danego Produktu,
- b) **Stawka Prowizji Partnera** – procent prowizji należnej Partnerowi.

Prowizja jest naliczana wyłącznie od Ceny po Rabacie, tj. ceny finalnie płatnej przez Klienta po zastosowaniu Kodu.

3. **Warunki Standardowe** dla Partnerów przystępujących do Programu w trybie standardowym (self-serve), o ile nie zawarto Umowy Indywidualnej, wynikają z poniższej „Puli Kodów Standardowych”:

**Tabela 1. Pula Kodów Standardowych – Challenge**

Konta typu Challenge	
Rabat dla Klienta %	Prowizja dla Partnera %
5	14,625
10	13
15	11,375
20	9,75
25	8,125
30	6,5

**Tabela 2. Pula Kodów Standardowych – Instant**

Konta typu Instant	
Rabat dla Klienta %	Prowizja dla Partnera %
5	3,9
7	2,6
10	1,3

4. Partner, po przystąpieniu do Programu, może zwrócić się do MFA o udostępnienie jednego lub kilku Kodów Rabatowych z Puli Kodów Standardowych dla wybranego typu Produktu (Challenge/Instant). Przydzielenie Kodów następuje w uzgodnieniu z MFA i polega na aktywacji Kodów w systemach MFA oraz przypisaniu ich do Konta Afiliacyjnego Partnera.

5. MFA może według własnego uznania:

- udostępnić Partnerowi więcej niż jeden Kod (np. osobny Kod dla Challenge i osobny Kod dla Instant),
- odmówić udostępnienia niektórych Kodów z Puli Kodów Standardowych,
- ograniczyć liczbę aktywnych Kodów lub czas ich aktywności, w szczególności z przyczyn compliance, przeciwdziałania nadużyciom, bezpieczeństwa, ryzyk reputacyjnych lub operacyjnych.

6. Zmiana Kodów Rabatowych (w tym zmiana parametrów Rabatu i/lub Stawki Prowizji, dodanie Kodów albo dezaktywacja Kodów) jest możliwa wyłącznie po uprzednim kontakcie z MFA i złożeniu wniosku przez Partnera (w formie co najmniej e-mail lub poprzez funkcjonalność Platformy, jeżeli zostanie udostępniona). MFA rozpatruje wniosek według własnego uznania i może, ale nie musi, wyrazić zgodę na zmianę. Zmiana jest skuteczna wyłącznie od chwili aktywacji/aktualizacji Kodów w systemach MFA.

7. Partner nie jest uprawniony do samodzielnej zmiany parametrów Kodów ani do sugerowania Klientom rabatów lub warunków innych niż wynikające z Kodów aktywnych w systemach MFA.

8. W przypadku konfliktu atrybucji (w szczególności zastosowania więcej niż jednego kodu rabatowego, kodu Partnera i kodu MFA, kodów różnych Partnerów lub kodu indywidualnego), rozstrzyga zasada „last code wins”, tj. dla celów rabatu i prowizji decydujący jest kod ostatnio zastosowany w koszyku/checkout. Prowizja (o ile przysługuje) jest przypisywana Partnerowi, którego Kod został ostatnio zastosowany, chyba że Umowa Indywidualna stanowi inaczej lub MFA zastosuje odmienne zasady w przypadku Nadużyc.

9. MFA może prowadzić akcje promocyjne, stosować kupony i oferty czasowe oraz zmieniać cenniki Produktów. **Rabaty nie sumują się**, o ile MFA wyraźnie nie postanowi inaczej dla danej akcji promocyjnej. W przypadku gdy Klient zastosuje więcej niż jeden mechanizm rabatowy (np. kod Partnera oraz promocję), zastosowanie ma zasada z pkt 8, a Prowizja jest liczona od kwoty finalnie zapłaconej przez Klienta po zastosowaniu kodu decydującego zgodnie z pkt 8, z uwzględnieniem ewentualnych korekt (zwrotów/chargebacków) zgodnie z Regulaminem.

10. **Przykład obliczenia prowizji:** Produkt Challenge - Cena Bazowa 1000 USD, Rabat 10% → Cena po Rabacie 900 USD. Stawka Prowizji 13% → Prowizja 117 USD.

11. W przypadku zawarcia **Umowy Indywidualnej**, postanowienia Umowy Indywidualnej mają pierwszeństwo przed Warunkami Standardowymi/Pulą Kodów Standardowych w zakresie, w jakim określają odmienne parametry Kodów, stawki prowizji, rabaty, zasady atrybucji lub inne warunki współpracy.

12. Dla celów rozliczeń wiążące są wyłącznie parametry Kodów aktywnych w systemach MFA w chwili dokonania zakupu przez Klienta oraz raporty prowizyjne udostępniane Partnerowi w Platformie. Ustalenia nieodzwierciedlone w systemach MFA lub w Umowie Indywidualnej nie stanowią podstawy do naliczenia prowizji.

## 12. Rozliczenia, hold, waluta rozliczeniowa, korekty i wypłaty

1. Prowizje są ewidencjonowane na Koncie Afiliacyjnym Partnera w Platformie. Saldo ma charakter informacyjny i obejmuje w szczególności Prowizje o statusie „oczekujące”, „wstrzymane” oraz „zatwierdzone”. Wymagalne do wypłaty są wyłącznie Prowizje „zatwierdzone” zgodnie z Regulaminem.

2. **Hold.** Prowizja z tytułu Transakcji może pozostać w statusie „oczekująca” lub „wstrzymana” przez okres Hold. Co do zasady Hold wynosi 30 dni kalendarzowych od dnia zakupu Produktu przez Klienta. MFA może wydłużyć Hold lub wstrzymać zatwierdzanie prowizji w szczególności w przypadku: (i) podejrzenia Nadużycia, (ii) zwiększonej liczby zwrotów/chargebacków, (iii) konieczności wyjaśnień/audytu źródeł ruchu, (iv) ryzyka compliance/sankcyjnego, (v) awarii lub korekt systemowych.

3. **Waluta Rozliczeniowa.** Prowizje są ewidencjonowane i wypłacane co do zasady w Walucie Rozliczeniowej. MFA może – według własnego uznania – umożliwić wypłatę w innej walucie, przy czym w takim przypadku zastosowanie ma kurs wymiany stosowany przez bank/dostawcę płatności obsługującego MFA w dacie realizacji płatności, chyba że MFA wskaże inny sposób przeliczenia.
4. **Koszty płatności i przewalutowania.** Partner ponosi koszty bankowe i opłaty po stronie Partnera. MFA ponosi koszty po swojej stronie. Opłaty banków pośredniczących, koszty przewalutowania oraz inne koszty realizacji płatności mogą zostać potrącone z kwoty wypłaty lub obciążać Partnera – zgodnie z taryfami banków/dostawców płatności.
5. **Korekty, zwroty i chargebacki.** Jeżeli po naliczeniu lub wypłacie Prowizji dojdzie do zwrotu, chargebacku, anulowania Transakcji, cofnięcia płatności lub uznania Transakcji za niekwalifikowaną, MFA ma prawo do: (i) cofnięcia zatwierdzenia Prowizji, (ii) dokonania korekty Prowizji w Koncie Afiliacyjnym, (iii) potrącenia kwoty nienależnej Prowizji z kolejnych Prowizji lub wstrzymania wypłaty do czasu rozliczenia korekt.
6. **Potrącenia.** MFA może potrącić z należnych Partnerowi wypłat/prowizji: (i) korekty z pkt 5, (ii) prowizje nienależne, (iii) kary umowne przewidziane w Regulaminie, (iv) inne wymagalne należności MFA wobec Partnera – w zakresie dopuszczalnym prawem.
7. **Raporty i reklamacje.** Partner ma dostęp do raportów prowizyjnych w Platformie. Partner może zgłosić zastrzeżenia do raportu w terminie 7 dni od dnia udostępnienia danych w Platformie (o ile Platforma przewiduje widok okresowy) lub od dnia powzięcia wiadomości o nieprawidłowości. Zastrzeżenia powinny wskazywać co najmniej: okres, kwoty i opis zastrzeżeń. Po bezskutecznym upływie terminu dane raportowe uznaje się za zaakceptowane.
3. **Minimalny próg wypłaty.** MFA może wprowadzić minimalny próg wypłaty (np. 100 USD) i ujawnić go w Platformie; wniosek poniżej progu może zostać automatycznie odrzucony.
8. **Warunek KYC/AML.** Wypłata Prowizji wymaga spełnienia warunków KYC/AML i innych warunków Regulaminu (w szczególności braku podejrzenia Nadużycia). Szczegóły określa sekcja KYC/AML.

### 13. Podatki, oświadczenia i dokumenty do wypłat

1. Partner ponosi wyłączną odpowiedzialność za rozliczenie podatków oraz innych należności publicznoprawnych związanych z otrzymywanymi prowizjami, z zastrzeżeniem obowiązków MFA wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
2. MFA może żądać od Partnera złożenia oświadczeń oraz dostarczenia dokumentów niezbędnych do weryfikacji statusu Partnera oraz realizacji wypłat (w szczególności danych identyfikacyjnych, danych rachunku bankowego, oświadczeń rezydencji podatkowej, statusu VAT, formularzy wymaganych przez dostawcę płatności), a Partner zobowiązuje się je dostarczyć.
3. Jeżeli z mocy prawa na MFA ciąży obowiązek poboru, potrącenia lub odprowadzenia podatku/zaliczki lub obowiązek raportowania wypłat, MFA jest uprawniona do dokonania odpowiednich potrąceń z kwot należnych Partnerowi oraz do wstrzymania wypłaty do czasu otrzymania wymaganych dokumentów/oświadczeń.
4. Brak dokumentów lub wątpliwości co do poprawności danych uprawniają MFA do odrzucenia lub wstrzymania Wniosku o Wypłatę do czasu wyjaśnienia.

#### 14. Konto Afiliacyjne, raporty i rozliczenia przez Platformę

1. MFA udostępnia Partnerowi Konto Afiliacyjne w Platformie pod adresem platform.mfatraders.com. Konto Afiliacyjne służy do prezentowania naliczonych prowizji, ich statusów (np. „oczekujące”, „zatwierdzone”, „odrzucone”) oraz do składania wniosków o wypłatę wynagrodzenia.
2. Saldo Konta Afiliacyjnego ma charakter ewidencyjny i informacyjny i nie stanowi rachunku bankowego ani rachunku płatniczego Partnera; roszczenie o wypłatę powstaje wyłącznie na zasadach określonych w Regulaminie i Umowie/ Umowie Indywidualnej.
3. Dane prezentowane w Koncie Afiliacyjnym/Panelu stanowią podstawowe narzędzie informacyjne Partnera. Jednocześnie MFA zastrzega, że ostatecznym źródłem rozliczeń są dane rozliczeniowe MFA oraz zasady kwalifikacji transakcji określone w Regulaminie i Umowie/Umowie Indywidualnej (w tym weryfikacja zwrotów, chargebacków oraz nadużyć).
4. Partner może zgłosić reklamację dotyczącą raportów w terminie 7 dni od dnia udostępnienia raportu za dany okres. Reklamacja powinna zawierać co najmniej: okres, datę, kwotę, dostępny identyfikator transakcji oraz opis zastrzeżeń.

#### 15. Wnioski o wypłatę (Withdrawal Requests)

1. Partner zleca wypłatę wynagrodzenia poprzez złożenie w Platformie wniosku o wypłatę („Wniosek o Wypłatę”), wskazując co najmniej: (a) kwotę wypłaty oraz (b) dane niezbędne do realizacji płatności (np. rachunek bankowy, waluta, dane odbiorcy) oraz (c) inne informacje wymagane przez Platformę/MFA.
2. Złożenie Wniosku o Wypłatę nie oznacza automatycznego powstania roszczenia o wypłatę. MFA może zaakceptować lub odrzucić Wniosek o Wypłatę.
3. MFA może odrzucić lub wstrzymać Wniosek o Wypłatę w szczególności, gdy: (a) nie spełniono warunków wypłaty (np. próg, brak zatwierdzenia prowizji po Hold), (b) istnieje podejrzenie Nadużycia lub potrzeba audytu źródeł ruchu, (c) występują zwroty/chargebacki lub ryzyko korekt, (d) nie ukończono lub nie zaktualizowano procedur KYC/AML, (e) dane wypłaty są niezgodne lub wypłata mogłaby naruszać prawo (w tym AML/sankcje).
4. W przypadku akceptacji Wniosku o Wypłatę przez MFA kwota wypłaty jest odejmowana od aktualnego salda Konta Afiliacyjnego (z uwzględnieniem ewentualnych korekt i potrąceń zgodnie z Regulaminem/Umową).
5. MFA może wstrzymać realizację wypłaty mimo akceptacji Wniosku o Wypłatę, jeżeli po akceptacji ujawnią się okoliczności uzasadniające wstrzymanie (np. podejrzenie fraudu, żądanie organu, blokada AML/sankcyjna, błąd w danych płatniczych). O ile dopuszczalne prawnie, MFA poinformuje Partnera o przyczynie wstrzymania w rozsądnym terminie.
6. Partner ponosi odpowiedzialność za prawidłowość danych płatniczych podanych we Wniosku o Wypłatę.

#### 16. Kanały promocji, agregatory kuponów i brand-bidding

1. Partner może promować Produkty w kanałach dozwolonych zgodnie z Umową i Wytocznymi Marketingowymi (Załącznik nr 1).
2. Zakazane są w szczególności: spam, cold mailing bez wymaganych zgód, kupowanie baz, boty/click-fraud, wprowadzanie w błąd, podszywanie się pod MFA.

3. Agregatory kuponów są dozwolone wyłącznie po uprzedniej pisemnej zgodzie MFA (w tym e-mail) udzielonej co najmniej dla danego serwisu lub kampanii, na warunkach wskazanych przez MFA.
4. Brand-bidding (płatne reklamy na frazy brandowe MFA i ich literówki) jest zakazany, chyba że Umowa/Warunki Szczególne dopuszczają to wyraźnie.

### **17. Nadużycia (antyfraud) – katalog i skutki**

1. Za Nadużycie uznaje się w szczególności: (a) użycie własnego Kodu Rabatowego przez Partnera, (b) użycie Kodu przez osoby/podmioty powiązane w celu uzyskania prowizji, (c) transakcje fikcyjne, refund loops, nadużycia chargeback, sztuczny ruch (boty, click fraud), (d) publikacje wprowadzające w błąd, w tym co do jurysdykcji, ryzyka, kosztów lub zasad Produktu, (e) naruszenia zakazu brand-biddingu, jeśli obowiązuje.
2. W razie Nadużycia MFA może odmówić naliczenia/zatwierdzenia prowizji, cofnąć zatwierdzenie, wstrzymać wypłaty, rozwiązać Umowę natychmiastowo oraz dochodzić odszkodowania.

### **18. Treści Partnera – oryginalność, legalność i oznaczenia reklam**

1. Partner zapewnia, że treści i materiały wykorzystywane w promocji są oryginalne lub Partner posiada odpowiednie prawa/licencje, a publikacje nie naruszają praw osób trzecich (autorskich, znaków, wizerunku, dóbr osobistych).
2. Partner zobowiązuje się oznaczać treści reklamowe/afiliacyjne w sposób jednoznaczny oraz prowadzić działania zgodnie z prawem i Wytocznymi Marketingowymi.

### **19. Jurysdykcje i ograniczenia terytorialne**

1. Partner prowadzi promocję z poszanowaniem ograniczeń jurysdykcyjnych MFA.
2. Partner informuje swoich Klientów, iż są zobowiązani do przestrzegania OWU/regulaminów produktowych MFA, w tym dotyczących krajów wyłączonych.
3. Partner nie będzie aktywnie targetować krajów zabronionych (np. ustawienia PPC, komunikaty kierowane do tych krajów), o ile pozostaje to w zakresie kontroli Partnera.
4. Szczegółowe ograniczenia jurysdykcyjne wynikają z Regulaminu Świadczenia usług dostępnego pod adresem mfatraders.com.

### **20. Rozliczenia – zasady ogólne**

- Okres rozliczeniowy: 30 dni
- Termin wypłat: 7 dni – pod warunkiem pozytywnego ukończenia przez Partnera procedury KYC/AML i dostarczeniu wszystkich wymaganych przez MFA dokumentów
- Próg wypłaty: 50 USD.
- Waluta i kursy: USD – lub inna ustalona zgodnie z pkt. 12 niniejszego Regulaminu

## 21. Czas trwania, wypowiedzenie i rozwiązanie

1. Umowa jest zawierana na czas nieokreślony, chyba że Umowa Indywidualna stanowi inaczej.
2. Każda ze Stron może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 1 miesiąca okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca kalendarzowego.
3. MFA może rozwiązać Umowę ze skutkiem natychmiastowym w razie: Nadużycia, rażącego naruszenia Regulaminu/Umowy, naruszenia praw osób trzecich, naruszeń jurysdykcyjnych, podszywania się, kryptoreklamy, brand-biddingu (jeśli zakazany), działań niezgodnych z prawem lub zagrażających reputacji MFA.
4. Niezależnie od powyższego, MFA może rozwiązać Umowę natychmiastowo z ważnych przyczyn.

## 22. Zmiana Regulaminu

1. MFA może zmienić Regulamin z ważnych przyczyn (zmiana prawa, bezpieczeństwo, zmiany operacyjne, przeciwdziałanie nadużyciom, zmiana oferty).
2. Informacja o zmianie zostanie przekazana Partnerom przez e-mail lub panel z wyprzedzeniem 7 dni kalendarzowych, chyba że zmiana jest konieczna natychmiast z przyczyn bezpieczeństwa lub antyfraud.
3. Transakcje dokonane przed wejściem w życie zmiany rozlicza się według zasad z daty zakupu, chyba że zmiana dotyczy przeciwdziałania Nadużyciom lub wynika z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa.
4. Postanowienie powyższe dotyczy w szczególności zmian Warunków Standardowych (standardowych stawek prowizji i rabatów), z zastrzeżeniem zmian koniecznych dla przeciwdziałania Nadużyciom lub wynikających z bezwzględnie obowiązujących przepisów prawa

## 23. Postanowienia końcowe

1. Prawem właściwym dla rozstrzygania sporów powstałych w oparciu o niniejszy regulamin jest prawo polskie.
2. Spory z Partnerami B2B rozstrzyga sąd właściwy dla siedziby MFA.
3. Spory z Partnerami będącymi Osobami Fizycznymi rozstrzyga sąd właściwy według przepisów ogólnych.
4. W sprawach nieuregulowanych niniejszym regulaminem zastosowanie mają Umowa Indywidualna (jeżeli dotyczy) i przepisy prawa polskiego.
5. Załączniki stanowiące integralną część Regulaminu: Załącznik nr 1 – Wytyczne Marketingowe

## ZAŁĄCZNIK NR 1

### WYTYCZNE MARKETINGOWE DLA AFILIANTÓW

Niniejszy dokument („Wytyczne”) stanowi praktyczny przewodnik dla Afiliantów Programu Afiliacyjnego organizowanego przez My Funding Account Prosta Spółka Akcyjna z siedzibą w Katowicach przy Al. W. Korfantego 138A, 40-156 Katowice, wpisana do rejestru Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy Katowice-Wschód, Wydział VIII Gospodarczy KRS pod numerem KRS: 0001023771, NIP: 6343021306, o kapitale akcyjnym w wysokości 2 060 948,00 zł („MFA”). Wytyczne mają na celu ograniczenie ryzyk prawnych, reputacyjnych oraz compliance związanych z promocją produktów protradingowych (w szczególności: „MFA Challenge” i „MFA Instant”).

Wytyczne są zgodne z dobrymi praktykami transparentnego influencer marketingu (w tym rekomendacjami dotyczącymi oznaczania treści reklamowych i unikania kryptoreklamy). Obowiązują łącznie z Regulaminem Programu Afiliacyjnego oraz Umową/Warunkami Szczególnymi/Umową Indywidualną. W razie sprzeczności – pierwszeństwo ma Umowa/Regulamin.

#### 1. Zasady absolutnie obowiązujące

Poniższe zasady obowiązują zawsze i w każdym kanale. Naruszenie może skutkować wstrzymaniem prowizji, odmową wypłaty, korektą, rozwiązaniem umowy oraz innymi konsekwencjami przewidzianymi w Umowie/Regulaminie/ Umowie Indywidualnej.

- Zakaz udzielania porad inwestycyjnych, finansowych lub „sygnałów” transakcyjnych (w tym: rekomendacji kupna/sprzedazy instrumentów, strategii pod konkretną osobę, wskazywania wejść/wyjść).
- Zakaz prezentowania Produktów jako inwestycji gwarantującej zysk lub jako produktu „bez ryzyka”.
- Zakaz składania gwarancji w imieniu MFA oraz sugerowania, że wynik jest pewny (np. „na pewno zdasz challenge”, „gwarantowane finansowanie”, „pewny payout”).
- Zakaz zachęcania do obchodzenia zasad Produktów, Regulaminu/OWU, zasad ryzyka, limitów lub ograniczeń jurysdykcyjnych.
- Zakaz podszywania się pod MFA (np. konta „official/support/admin”, fałszywe strony, fałszywe ogłoszenia, nieuprawnione użycie logo).
- Zakaz wprowadzania w błąd (również przez zaniechanie) co do warunków Produktów, kosztów, ryzyk, dostępności lub zasad kwalifikacji prowizji.
- Zakaz treści pornograficznych, seksualnych lub sugerujących seks.
- Zakaz treści brutalnych/okrutnych (gore) oraz promowania przemocy.
- Zakaz treści rasistowskich, seksistowskich, ksenofobicznych lub mowy nienawiści.
- Zakaz treści politycznie wrażliwych lub sugerujących afiliację polityczną MFA/Programu.
- Zakaz treści religijnych w kontekście promocji Produktów.
- Zakaz treści dotyczących narkotyków lub innych substancji kontrolowanych.

## 2. Czego Afiliant nie może mówić i robić

### 2.1. Zakazane sformułowania i obietnice (przykłady)

- „Gwarantowany zysk”, „pewne pieniądze”, „bez ryzyka”, „na 100% zdasz”, „gwarantowane finansowanie/payout”.
- „To jest najlepsza inwestycja”, „kup teraz, bo cena wzrośnie”, „rynek na pewno pójdzie w górę/dół”.
- „Zdam challenge za Ciebie”, „oferuję copy-trading / zarządzanie kontem” lub podobne usługi.
- Sugerowanie, że MFA jest regulowana/licencjonowana w określony sposób, jeśli nie wynika to wprost z oficjalnych komunikatów MFA.
- Sugerowanie, że wyniki historyczne gwarantują przyszłe wyniki („jeśli ja zrobiłem X, Ty też na pewno zrobisz X”).

### 2.2. Zakazane działania marketingowe

- Spam (masowe wiadomości, komentarze, DM-y), cold mailing bez wymaganych zgód, kupowanie baz danych.
- Boty/click-fraud, sztuczne generowanie ruchu, fałszywe konta, fałszywe recenzje lub ukryte rekomendacje.
- Nieoznaczone przekazy reklamowe (kryptoreklama) – w tym brak jasnego ujawnienia współpracy/afiliacji.
- Tworzenie stron/landingów sugerujących, że są oficjalnymi stronami MFA lub wprowadzających w błąd co do relacji z MFA.
- Używanie materiałów osób trzecich bez licencji (muzyka, grafiki, wideo, znaki towarowe, wizerunek).
- Komentowanie/atakowanie regulatorów, rządów, organów państwowych w kontekście promocji MFA.
- Dyskredytowanie konkurencji w sposób bezprawny (zniesławienie) lub prowadzący do roszczeń (rekomendacja: komunikacja neutralna).

## 3. Oznaczanie treści reklamowych (standard transparentności)

Jeżeli publikacja zawiera kod rabatowy, link afiliacyjny lub w inny sposób może generować korzyść dla Afilianta (prowizję), materiał musi być oznaczony jako reklama/materiał reklamowy. Oznaczenie ma być jednoznaczne, czytelne i zrozumiałe dla odbiorcy.

### 3.1. Wymagane słowa oznaczeń (preferowane)

- „REKLAMA” albo „MATERIAŁ REKLAMOWY” albo „MATERIAŁ SPONSOROWANY”.
- Dopuszczalne uzupełnienie: „(afiliacja)” / „(współpraca afiliacyjna)” – ale nie zamiast słowa „REKLAMA”.
- Hashtagi typu „#współpraca”, „#partnerstwo” mogą być dodatkiem, ale nie powinny być jedynym oznaczeniem.

### 3.2. Widoczność i umiejscowienie oznaczenia

- Oznaczenie powinno znaleźć się na początku opisu lub w widocznym miejscu na ekranie (tak, aby było widoczne bez klikania „więcej”).
- W materiałach wideo/Stories/Reels/Shorts oznaczenie musi być czytelne (kontrast, rozmiar) i utrzymane wystarczająco długo, aby dało się je odczytać.
- Nie ukrywaj oznaczenia wśród wielu hashtagów ani na końcu długiego opisu.
- Jeśli materiał jest serią (np. kilka Stories), oznaczenie powinno pojawić się w każdym slajdzie/odcinku, gdzie występuje promocja/kod.

### 3.3. Narzędzia platform (np. „paid partnership”)

- Jeżeli platforma udostępnia narzędzie oznaczania współpracy („paid partnership”, „współpraca płatna”), użyj go – ale dodatkowo umieść jasne oznaczenie w treści/opisie (np. „REKLAMA”).
- Nie polegaj wyłącznie na tagu platformy, jeżeli oznaczenie nie jest wystarczająco widoczne dla odbiorcy.

## 4. Obowiązkowe ujawnienia i disclaimery

Oprócz oznaczenia „REKLAMA/MATERIAŁ REKLAMOWY” Afiliant powinien stosować krótkie ujawnienie afiliacji oraz zastrzeżenia o braku porad i o ryzyku (dopasowane do formatu). Poniżej wzory do użycia.

### 4.1. Ujawnienie afiliacji (krótki tekst)

- PL: „REKLAMA – współpraca afiliacyjna. Jeśli użyjesz mojego kodu/linku, mogę otrzymać prowizję.”
- EN: “AD – affiliate partnership. I may earn a commission if you use my code/link.”

### 4.2. Brak porad inwestycyjnych i ryzyko (zalecane)

- PL (krótko): „To nie jest porada inwestycyjna ani finansowa. Trading wiąże się z ryzykiem.”
- PL (pełnie): „Informacje mają charakter edukacyjny/marketingowy i nie stanowią porady inwestycyjnej, finansowej ani prawnej. Trading wiąże się z ryzykiem straty.”
- EN: “This is not investment, financial or legal advice. Trading involves risk.”

### 4.3. Zasada zgodności z dokumentami MFA

- PL: „Aktualne warunki produktów sprawdź na mfatraders.com w oficjalnych dokumentach/OWU.”
- EN: “Check the official terms on mfatraders.com.”

## 5. Rodzaje współpracy i jak je oznaczać (praktyczna tabela)

Zasada: jeśli Afiliant otrzymuje jakąkolwiek korzyść (pieniądze/prowizję, darmowy dostęp, bonus, prezent, rabat dla siebie) i publikuje treść o Produkcie – należy oznaczyć to w sposób jednoznaczny.

- Afiliacja (kod/link = prowizja): „REKLAMA/MATERIAŁ REKLAMOWY” + disclosure afiliacji.
- Współpraca płatna (wynagrodzenie za publikację): „REKLAMA/MATERIAŁ SPONSOROWANY”.
- Barter / darmowy dostęp / prezent (jeśli w zamian za publikację lub oczekiwany jest materiał): „REKLAMA” + informacja „otrzymałem dostęp/prezent”.
- Autopromocja (promujesz własny biznes/produkt): „AUTOPROMOCJA” (lub „REKLAMA – autopromocja”).

## 6. Dozwolone praktyki (Recommended)

- Opisuj produkty rzetelnie i zgodnie z dokumentami MFA: co to jest Challenge/Instant, jakie są warunki i ryzyka.
- Pokazuj doświadczenia w sposób uczciwy: jeśli pokazujesz wyniki, dodaj kontekst (czas, warunki) i zastrzeżenie, że wyniki historyczne nie gwarantują przyszłych.
- Używaj sformalizowanych nazw produktów: „MFA Challenge”, „MFA Instant” oraz aktualnych nazw promocji udostępnionych przez MFA.
- Zachowuj neutralny ton wobec konkurencji/regulatorów i unikaj spekulacji prawnych.
- Kieruj użytkowników do oficjalnych źródeł MFA (strona, OWU, support).

## 7. Zasady dot. jurysdykcji i targetowania

- Afiliant nie może aktywnie targetować krajów/jurysdykcji wyłączonych zgodnie z OWU/regulaminami produktowymi MFA.
- Afiliant nie może sugerować dostępności usług w krajach wyłączonych.
- W razie wątpliwości – odeślij Klienta do oficjalnych dokumentów MFA i wsparcia.

## 8. Kanały, PPC, brand-bidding i agregatory kuponów

### 8.1. PPC i brand-bidding

- Domyślnie zakazane jest kierowanie płatnych reklam na frazy brandowe związane z MFA (w tym literówki) oraz używanie oznaczeń sugerujących oficjalność.
- Wyjątek jest możliwy wyłącznie po pisemnej zgodzie MFA i na warunkach określonych przez MFA.

### 8.2. Agregatory kuponów

- Publikacja kodu w agregatorach kuponów jest dozwolona wyłącznie po uprzedniej pisemnej zgodzie MFA (w tym e-mail).
- MFA może określić warunki publikacji (np. format opisu, zakaz claimów gwarantujących wyniki, zasady widoczności disclaimerów).

## 9. Zasady używania znaków i materiałów MFA (Brand & IP)

- Używaj wyłącznie materiałów udostępnionych przez MFA lub takich, do których masz prawa/licencje.
- Nie rejestruj domen, profili ani nazw zawierających znaki MFA w sposób sugerujący oficjalność (np. „mfa-support”, „mfatraders-official”).
- Nie modyfikuj logo/znaków w sposób mogący wprowadzać w błąd lub naruszać dobre imię MFA.

## 10. Kontrola i korekty treści (obowiązki reklamodawcy i Afilianta)

- MFA może wymagać korekt, aby zapewnić zgodność z prawem i Wytycznymi.
- MFA może wymagać pre-akceptacji wybranych materiałów (np. reklam PPC, landing pages, kreacji wideo).
- Brak odpowiedzi MFA nie oznacza zgody, chyba że MFA wyraźnie postanowi inaczej na piśmie.
- MFA może nakazać usunięcie lub korektę materiału w określonym terminie; Afiliant zobowiązuje się wykonać polecenie niezwłocznie.

## 11. Konsekwencje naruszeń

- Wstrzymanie zatwierdzania prowizji i/lub wypłat.
- Korekty i potrącenia (np. chargeback, nienależne prowizje).
- Odmowa naliczenia prowizji za transakcje powiązane z naruszeniem.
- Rozwiązanie Umowy w trybie natychmiastowym.
- Odpowiedzialność odszkodowawcza oraz obowiązek zabezpieczenia MFA, zgodnie z Umową.

## 12. Lista kontrolna dla Afilianta (Quick Checklist)

- Czy oznaczyłem materiał jako „REKLAMA/MATERIAŁ REKLAMOWY” i czy oznaczenie jest widoczne bez rozwijania opisu?
- Czy dodałem disclosure afiliacji (kod/link = prowizja)?
- Czy dodałem disclaimer o braku porad inwestycyjnych i o ryzyku?
- Czy nie obiecuję zysków ani „pewnego zdania”/finansowania?
- Czy opis Produktu jest zgodny z aktualnymi dokumentami MFA?
- Czy nie targetuję krajów wyłączonych?
- Czy nie stosuję spamu/botów/click-fraudu?
- Czy nie używam brand-biddingu bez zgody MFA?
- Czy mam prawa/licencje do wszystkich użytych materiałów (muzyka/grafika/wizerunek)?

W razie wątpliwości Afiliant powinien skontaktować się z MFA przed publikacją materiału.