

**EL NUEVO REGLAMENTO DE LA UNIÓN EUROPEA  
SOBRE BLOQUEO GEOGRÁFICO Y OTRAS FORMAS  
DE DISCRIMINACIÓN**

Pedro Alberto DE MIGUEL ASENSIO \*

Publicado en:

*La Ley Unión Europea,*

Número 59, 31 de mayo de 2018, pp. 1-10

ISSN 2255-551X

\* Catedrático de Derecho internacional privado  
Facultad de Derecho  
Universidad Complutense de Madrid  
E- 28040 MADRID  
pdmigue@der.ucm.es

*Documento depositado en el archivo institucional EPrints Complutense  
<http://eprints.ucm.es>*

## **El nuevo Reglamento de la Unión Europea sobre bloqueo geográfico y otras formas de discriminación \***

Pedro Alberto De Miguel Asensio  
Catedrático de Derecho internacional privado  
Universidad Complutense de Madrid

**SUMARIO:** El Reglamento (UE) 2018/302 pretende hacer frente a ciertos obstáculos a las transacciones transfronterizas creados por los comerciantes mediante el bloqueo o la limitación del acceso de clientes de otros Estados miembros a sus sitios web o aplicaciones. Especial interés reviste el ámbito de aplicación de la nueva normativa, el contenido de las obligaciones que impone y las situaciones respecto de las que se proyectan, así como la interacción de esas prohibiciones con exigencias legales o acuerdos que prohíben a los comerciantes vender productos o prestar servicios a ciertos clientes situados en determinados territorios. También merece especial atención la repercusión del nuevo Reglamento sobre el funcionamiento de importantes normas adoptadas por la UE en el marco de la cooperación judicial civil, en especial con respecto a la protección de los consumidores en las situaciones internacionales.

**PALABRAS CLAVE:** Internet, comercio electrónico, bloqueo geográfico, discriminación

**ABSTRACT:** Regulation (UE) 2018/302 aims at preventing obstacles to cross-border transactions that may arise as a result of traders blocking or limiting access to their websites and apps by customers from other Member States. The present analysis focuses on the scope of application of the new rules, the content of the prohibitions they impose and the interplay of such prohibitions with certain legal requirements or agreements that may restrict the trader's ability to sell products or provide services to customers located in certain territories. Moreover, the coordination of the new rules with the provisions of certain EU instruments in the field of judicial cooperation in civil matters, such as the Brussels I bis and the Rome I

**KEYWORDS:** Internet, electronic commerce, geo-blocking, discrimination

### **I. Planteamiento**

Como parte de la Estrategia para el Mercado Único Digital ha sido adoptado el Reglamento (UE) 2018/302, de 28 de febrero de 2018, sobre medidas destinadas a impedir el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del lugar de establecimiento de los clientes en el mercado interior.<sup>1</sup> Se trata de un instrumento que será aplicable a partir del 3 de diciembre de 2018 y que pretende hacer frente a ciertos obstáculos creados por los comerciantes mediante el bloqueo o la limitación del acceso de clientes a sus interfaces en línea (sitios web, aplicaciones...), al aplicar condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios o al establecer discriminaciones por motivos

---

\* Esta contribución se ha realizado en el marco del proyecto de investigación DER 2015-64063-P (MINECO-FEDER).

<sup>1</sup> DO 2.3.2018 L 60 p. 1.

relacionados con el pago. Junto a la dirección IP del usuario, elementos de geolocalización relevantes en la práctica son la dirección proporcionada por el cliente, su lengua o el Estado de emisión de su instrumento de pago. Esos obstáculos pueden menoscabar el correcto funcionamiento del mercado interior y el desarrollo del llamado mercado único digital, al compartimentar geográficamente el territorio de la UE y discriminar principalmente por razón de la residencia de los clientes. El Reglamento se adopta sobre la base de que el empleo de ese tipo de medidas por los comerciantes contribuye –junto a otros elementos como la incertidumbre jurídica, los diversos requisitos en materia de protección de los consumidores o aspectos lingüísticos- al bajo volumen de contratos transfronterizos en el seno de la UE frente al potencial del comercio electrónico.

Ahora bien, no cabe desconocer que medidas de bloqueo o limitación geográfica respecto de actividades desarrolladas a través de Internet son en ocasiones necesarias para garantizar el cumplimiento de un requisito legal. La utilización por los comerciantes de instrumentos de geolocalización desempeña un papel muy significativo desde la perspectiva del control de los riesgos legales con respecto a las actividades desarrolladas a través de Internet. El empleo de instrumentos de geolocalización que restringen o excluyen el acceso de usuarios de determinados territorios a ciertos bienes o servicios puede resultar de gran importancia para evitar el incumplimiento de las legislaciones de ciertos Estados o para evitar quedar sometido a la competencia de sus tribunales. Por ello, si bien el Reglamento impone prohibiciones significativas a los comerciantes, la determinación de su alcance requiere un análisis detallado.

Especial interés reviste el ámbito de aplicación de la nueva normativa, el contenido de las obligaciones que impone y las situaciones respecto de las que se proyectan, la interacción de esas prohibiciones con exigencias legales o acuerdos que prohíben a los comerciantes vender productos o prestar servicios a determinados clientes o clientes situados en determinados territorios. También merece especial atención la repercusión del Reglamento sobre el funcionamiento de importantes normas de nuestro sistema de Derecho internacional privado, a pesar de que el criterio del que parte el Reglamento es que su contenido debe entenderse “sin perjuicio del Derecho de la Unión relativo a la cooperación judicial en materia civil”.

## **II. Ámbito de aplicación del Reglamento (UE) 2018/302**

El Reglamento pretende favorecer el buen funcionamiento del mercado interior, fomentar el acceso a los productos y servicios, así como su libre circulación, en toda la Unión. De acuerdo con su considerando segundo, trata de aportar seguridad jurídica precisando las situaciones en las que no puede haber justificación para un trato diferenciado. Su ámbito de aplicación aparece previsto fundamentalmente en su artículo 1. Por una parte, con respecto a la dimensión territorial destaca que solo contempla situaciones transfronterizas, ya que no se aplica a las situaciones puramente internas, en

las que todos los elementos pertinentes de la transacción se circunscriben a un Estado miembro (art. 1.2). Elementos pertinentes a estos efectos son, en particular, la nacionalidad, el lugar de residencia o el lugar de establecimiento del cliente o del comerciante, el lugar de ejecución, los medios de pago utilizados o la utilización de una interfaz en línea (considerando 7). Los comerciantes establecidos en terceros Estados, incluidos los mercados en línea, se hallan comprendidos también en el ámbito de aplicación del Reglamento, en la medida en que venden (o tienen intención de vender) bienes o servicios a clientes situados en la Unión (frente a lo que sucede en la Directiva 2006/123/CE relativa a los servicios en el mercado interior en la que los comerciantes de terceros Estados quedan al margen del mandato de no discriminación de su art. 20). De este modo se pretende asegurar que el Reglamento se aplique por igual a todos los comerciantes competidores, así como evitar el trato discriminatorio en las transacciones relativas a la venta de productos o la prestación de servicios en la Unión. En todo caso, el concepto de “cliente”, que determina quiénes resultan protegidos por las nuevas normas, se limita a un consumidor que sea nacional de un Estado miembro o que tenga su residencia en un Estado miembro, o una empresa que tenga su establecimiento en un Estado miembro, y que recibe un servicio o adquiere un producto, o tiene intención de hacerlo, en la Unión, únicamente para su uso final (art. 2.13).

Con respecto al ámbito material del Reglamento destaca la influencia que ejerce su coordinación con la Directiva 2006/123/CE, pues el nuevo Reglamento tampoco se aplica a las actividades excluidas de esa Directiva en virtud de su artículo 2.2. Quedan así al margen del Reglamento, entre otros, los servicios de interés general no económicos, los servicios de transporte, los servicios audiovisuales, las actividades de juego, los servicios sanitarios y algunos servicios sociales. En concreto, se excluyen del ámbito de aplicación del Reglamento los servicios audiovisuales, entre ellos los servicios cuya característica principal sea el suministro de acceso a retransmisiones deportivas y que se prestan sobre la base de licencias territoriales exclusivas. También se excluye el acceso a los servicios financieros al por menor, incluidos los servicios de pago, si bien el Reglamento incluye ciertas disposiciones sobre la no discriminación en los pagos. Tampoco la propuesta aborda los precios como tal, de modo que reafirma la libertad de los comerciantes para fijar sus precios de manera no discriminatoria, incluida la llamada fijación de precios dinámica en función de factores diferentes a la residencia de los clientes.

Por otra parte, la prohibición a los comerciantes de aplicar condiciones generales de acceso diferentes a sus bienes o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente, a la que se hará referencia más adelante, no resulta en principio de aplicación a los comerciantes que presten servicios electrónicos cuya característica principal sea el suministro de acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas y la utilización de esas obras y prestaciones (art. 4.1.b), lo que se relaciona con el carácter territorial de esos derechos. De hecho, conforme a su artículo 1.5 el Reglamento no

afectará a las normas aplicables en materia de derechos de autor, en especial la Directiva 2001/29 sobre los derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información. En todo caso, de cara al futuro la cláusula de revisión prevista en el artículo 9 del Reglamento prevé examinar si procede ampliar su ámbito de aplicación precisamente para abarcar los servicios prestados por vía electrónica cuya característica principal sea proporcionar acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas y permitir su utilización, a condición de que el comerciante tenga los derechos necesarios para los territorios de que se trate.

En el plano subjetivo destaca que los beneficiarios de las prohibiciones impuestas en el Reglamento son tanto los consumidores (personas físicas que actúan con fines ajenos a su actividad comercial o profesión) como las empresas cuando son usuarias finales de bienes o servicios, pues se excluyen las transacciones en las que las empresas adquieren bienes o servicios para su reventa, con la finalidad de que los comerciantes puedan organizar sus sistemas de distribución. Así resulta de la definición de “cliente”, que comprende “un consumidor que sea nacional de un Estado miembro o que tenga su lugar de residencia en un Estado miembro, o una empresa que tenga su lugar de establecimiento en un Estado miembro, y que recibe un servicio o adquiere un producto, o tiene intención de hacerlo, en la Unión, únicamente para su uso final” (art. 2.13). Por su parte, destinatarios de las obligaciones impuestas son típicamente los “comerciantes” categoría que comprende toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe con fines relacionados con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión, de modo que incluye también a las pequeñas y medianas empresas (pymes) y a las microempresas.

### **III. Prohibiciones impuestas a los comerciantes**

#### *1. Bloqueo o limitación de acceso a los interfaces en línea*

La primera prohibición va referida al bloqueo o limitación del acceso de los clientes a los interfaces en línea de los comerciantes. A efectos del Reglamento, el término “interfaz en línea” se define como “cualquier tipo de programa informático, incluidos los sitios web o parte de ellos y las aplicaciones, incluidas las aplicaciones móviles, explotado por un comerciante o en nombre de este, que sirva para dar a los clientes acceso a los bienes o servicios del comerciante con vistas a iniciar una operación comercial con respecto a dichos bienes o servicios” (art. 2.16). De acuerdo con el considerando 18, la prohibición de bloquear o limitar el acceso de los clientes con base en medidas de geolocalización tiene como objetivo “aumentar la posibilidad de que los clientes accedan a información sobre la venta de bienes y la prestación de servicios en el mercado interior, así como... mejorar la transparencia, incluso con respecto a los precios”. De hecho, el considerando 20 reafirma la posibilidad de que los comerciantes utilicen diferentes versiones de sus interfaces en línea, que estén dirigidas a clientes de distintos Estados miembro. En consecuencia, la prohibición establecida en el artículo 3

tiene un alcance limitado, en la medida en que solo va referida a la posibilidad de acceso a los interfaces en línea y al rechazo de la práctica de redirigir a los clientes de una versión de la interfaz en línea a otra versión sin su consentimiento expreso –que una vez que se obtenga se considerará válido para posteriores visitas–, exigiendo que la versión original de la interfaz en línea siga estando fácilmente accesible para el cliente, quien ha de poder en todo momento acceder fácilmente a todas las versiones de la interfaz en línea.

En concreto, el artículo 3 prohíbe a los comerciantes: bloquear o limitar el acceso de los clientes a sus interfaces en línea, utilizando medidas tecnológicas o de otro tipo, por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente (apdo. 1), y redirigir a los clientes, por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento de estos, a una versión de su interfaz en línea que sea diferente de la interfaz en línea a la que el cliente hubiese tratado de acceder inicialmente, en virtud de su presentación, utilización de lengua u otras características de esta que la hagan específica de los clientes de una determinada nacionalidad, lugar de residencia o lugar de establecimiento, salvo que el cliente dé su consentimiento expreso antes del reencaminamiento (apdo. 2). Como límite a esas obligaciones, se contempla que no excluye la aplicación de dichas restricciones cuando sean necesarias para garantizar el cumplimiento de un requisito legal al que las actividades del comerciante estén sujetas, por ejemplo que prohíba de la exhibición de un contenido específico en algunos Estados miembros (apdo. 3). Cabe entender que tales requisitos legales pueden también incluir restricciones derivadas del carácter territorial de derechos de exclusiva que pudieran resultar infringidos, habida cuenta de que típicamente dichos derechos se hallan además excluidos de la aplicación del criterio de origen establecido en la Directiva 2000/31 sobre el comercio electrónico. Con respecto a las prohibiciones establecidas en el artículo 3, el considerando 21 precisa que nada de lo dispuesto en el nuevo Reglamento tiene por objeto restringir la libertad de expresión ni la libertad de prensa.

## *2. Acceso a productos y servicios*

Más relevancia desde la perspectiva del desarrollo de las transacciones intracomunitarias reviste la segunda prohibición, que excluye la aplicación por los comerciantes de condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente, objeto del artículo 4. Ahora bien, la trascendencia práctica de esta prohibición se halla condicionada por las situaciones a las que se aplica. Así, resulta de aplicación en tres situaciones, en concreto cuando el cliente tenga intención de:

*“a) comprar de un comerciante productos, y estos o bien se entreguen en un lugar de un Estado miembro en el que el comerciante ofrece servicios de entrega en el marco de las condiciones generales de acceso, o bien esos productos se recojan en un*

*lugar acordado entre el comerciante y el cliente en un Estado miembro en que el comerciante ofrece tal opción en el marco de las condiciones generales de acceso; b) recibir de un comerciante servicios que se prestan por vía electrónica, que no sean servicios cuya característica principal sea proporcionar acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas, y permitir su utilización, incluida la venta de obras protegidas por derechos de autor y prestaciones protegidas que no tengan soporte material; c) recibir de un comerciante servicios, que no sean servicios que se prestan por vía electrónica, en un lugar físico en el territorio del Estado miembro en el que el comerciante ejerza su actividad.”*

De la caracterización de estas tres situaciones resulta que la prohibición establecida en el artículo 4 no será de aplicación a muchas de las situaciones transfronterizas típicas, en las que un cliente tiene intención de adquirir productos de un comerciante establecido en otro Estado para que, como es lo habitual, le sean entregados en su propio domicilio. La norma solo contempla la compra con entrega o recogida del producto en un Estado miembro en el que el comerciante ofrece esa posibilidad. Únicamente en esas situaciones el Reglamento obliga a dar la posibilidad al cliente de adquirir productos exactamente en las mismas condiciones que para quienes sean residentes en el Estado miembro en el que se efectúe la entrega o tenga lugar la recogida de los productos. Por consiguiente, no impide que el comerciante pueda excluir de manera no discriminatoria la entrega o suministro de sus productos en determinados Estados miembros. El Reglamento no obliga al comerciante a entregar productos en Estados miembros en los que no ofrezca esa posibilidad a sus clientes. Similar conclusión se impone con respecto a los servicios que no se presten por vía electrónica.

En consecuencia, quedan en gran medida al margen de esta prohibición los supuestos típicos del llamado comercio electrónico indirecto, en los que la entrega del producto en soporte tangible o la prestación del servicio no tiene lugar en línea (salvo en supuestos que no son los más habituales, por ejemplo, cuando el cliente se desplace al país del comerciante a por el producto). Además, en relación con el llamado comercio electrónico directo, que engloba los contratos electrónicos relativos a la entrega o la puesta a disposición de bienes digitales o la prestación de servicios en línea, cabe reseñar que tampoco resulta aplicable la prohibición a aquellos servicios cuya característica principal sea el suministro de acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas y la utilización de esas obras y prestaciones, lo que en la práctica implica la exclusión de un conjunto muy significativo de contratos de suministro de contenidos digitales [en los términos de la Propuesta de Directiva de diciembre de 2015, al igual que la redacción del apartado a) dejaría al margen a los contratos de compraventa en línea transfronterizos típicos objeto de la otra Propuesta de Directiva de diciembre de 2015]. Como ejemplos de servicios prestados por vía electrónica que sí resultarían afectados por esta prohibición, se mencionan “los servicios en nube, los servicios de almacén de datos, el alojamiento de sitios web y los cortafuegos, el uso de motores de búsqueda y directorios de Internet” (cdo. 24). Quedan

incluidos en el apartado c), y afectados por la prohibición, los servicios que el cliente recibe en un lugar físico en el territorio de un Estado miembro en el que el prestador ejerza su actividad. Ejemplos relevantes de tales servicios son el alojamiento en hoteles, los acontecimientos deportivos, el alquiler de vehículos y las entradas para festivales de música o parques de atracciones (cdo. 25).

Además, el artículo 4 contempla que esa prohibición no opera cuando un requisito legal o una prohibición legal específica impida vender bienes o prestar servicios a determinados clientes o a clientes situados en determinados territorios, al tiempo que respecto a la venta de libros no impedirá la aplicación de precios diferentes a clientes situados en determinados territorios en la medida en que estén obligados a hacerlo en virtud de la legislación nacional. Si bien, como ha quedado señalado, tales requisitos legales pueden incluir restricciones derivadas del carácter territorial de derechos de exclusiva que pudieran resultar infringidos, lo cierto es que la peculiaridad de las situaciones contempladas en los apartados 4.1.a) y 4.1.c), en las que el producto se entrega o recoge o el servicio se presta típicamente en un Estado miembro distinto al del cliente puede ser relevante al valorar si en el caso concreto existe o no una utilización de un derechos de exclusiva –por ejemplo, una marca- en el Estado miembro desde el que el cliente accede –y en el que tiene su residencia- que pueda realmente ser considerada una infracción del derecho.

### *3. Medios de pago*

El Reglamento contempla básicamente otras dos categorías de prohibiciones. Con respecto a los pagos, aunque parte de que los comerciantes son libres de decidir, en principio, los medios de pago que aceptan, pretende asegurar que los comerciantes no discriminan a los clientes en la Unión, rechazando determinadas transacciones comerciales o aplicando condiciones diferentes de pago a esas transacciones, por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente u otros motivos relacionados con el pago.

Por ello, el artículo 5 del Reglamento prohíbe en concreto la aplicación de distintas condiciones de pago por motivos relacionados con la ubicación de la cuenta de pago, con el lugar de establecimiento del proveedor de servicios de pago o con el lugar de emisión del instrumento de pago en la Unión, cuando se cumplan tres requisitos: a) los pagos se efectúen mediante transacciones electrónicas por transferencia, adeudo domiciliado o un instrumento de pago basado en una tarjeta dentro de la misma marca y categoría; b) el beneficiario pueda solicitar la autenticación reforzada de cliente por el ordenante con arreglo a la Directiva (UE) 2015/2366 sobre servicios de pago en el mercado interior; y c) los pagos se efectúen en una moneda que el comerciante acepte.

### *4. Ventas pasivas*

La modificación de la aplicación de la normativa sobre competencia no figura entre los objetivos del nuevo Reglamento, que asume que las ventas activas en ciertos



territorios pueden haber sido prohibidas a un comerciante en el marco de determinados acuerdos verticales, de conformidad, en particular con el Reglamento (UE) 330/2010. Ahora bien, habida cuenta de que las restricciones a las ventas pasivas típicamente no están permitidas, establece en el artículo 6.2 que las disposiciones de los acuerdos verticales que impongan a los comerciantes, con respecto a las ventas pasivas la obligación de actuar en incumplimiento de la prohibición recogida en los artículos 3, 4 y 5 serán nulas de pleno derecho, como es propio de los acuerdos que restringen la libre competencia.

Es claro que las prohibiciones de aplicar condiciones de acceso diferentes a los productos o servicios previstas en el apartado 4.1, especialmente en el epígrafe a), son particularmente relevantes con respecto a las ventas pasivas. Como ejemplo de las disposiciones que se consideran prohibidas y resultarán nulas de pleno derecho, cabe reseñar las restricciones contractuales que impiden a un comerciante, por motivos relacionados con el lugar de residencia del cliente, atender solicitudes espontáneas de clientes individuales para la venta de productos, sin entrega, fuera del territorio contractualmente asignado (considerando 34 del Reglamento (UE) 2018/302).

#### **IV. Interacción con las normas de Derecho internacional privado**

Como ha quedado ya apuntado, el Reglamento (UE) 2018/302 parte de que sus normas deben entenderse sin perjuicio del Derecho de la Unión relativo a la cooperación judicial en materia civil. Así, lo establece su artículo 1.6, que incluye una serie de precisiones al respecto. En concreto, esas precisiones tratan de salvaguardar la posición del comerciante (¿en detrimento de la del consumidor?) con respecto a las implicaciones que tiene la circunstancia de que un comerciante dirija sus actividades al Estado miembro de residencia habitual del consumidor con el que contrata, a los efectos de quedar sometido a la jurisdicción de los tribunales del Estado miembro del domicilio del consumidor –conforme al art. 17.1.c) del Reglamento 1215/2012 o RBiBis- y a la aplicación de las normas (imperativas de protección de los consumidores) de ese país, en virtud del artículo 6 del Reglamento Roma I (RRI). El considerando 12 del nuevo Reglamento recuerda el contenido de esas disposiciones.

En este contexto, el artículo 1.6 del nuevo Reglamento añade que del cumplimiento de sus normas no se derivará que un comerciante dirige sus actividades al Estado miembro de residencia habitual o domicilio del consumidor en el sentido de las disposiciones referidas del RBiBis y del RRII. En concreto, precisa que: “cuando un comerciante, que actúa de conformidad con los artículos 3, 4 y 5 del presente Reglamento, no bloquea ni limita el acceso de los consumidores a su interfaz en línea, no redirige a los consumidores a una versión de su interfaz en línea basada en la nacionalidad o lugar de residencia de los mismos diferente de la interfaz en línea a la que hubiesen tratado de acceder inicialmente, no aplica condiciones generales de acceso diferentes al vender productos o prestar servicios en los supuestos previstos en el

presente Reglamento, o acepta instrumentos de pago emitidos en otro Estado miembro de manera no discriminatoria, no se considerará, únicamente por esos motivos, que dicho comerciante dirige sus actividades al Estado miembro en que el consumidor tiene su domicilio o residencia habitual.” Además, conforme al considerando 23, a la luz del que hay que entender el último inciso del artículo 1.6: “Tampoco debe entenderse, únicamente por dichos motivos, que el comerciante dirige sus actividades al Estado miembro en que el consumidor tiene su domicilio o residencia habitual cuando el comerciante facilita información y asistencia al consumidor tras la celebración del contrato, conforme a las obligaciones que le incumben en virtud del presente Reglamento”.

Además, con respecto a las situaciones en las que en virtud del artículo 4.1 se prohíbe a los comerciantes que apliquen condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios, el considerando 26 establece: “En todas esas situaciones, en virtud de las disposiciones sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales y sobre la competencia judicial establecidas en el Reglamento (CE) nº 593/2008 y en el Reglamento (UE) nº 1215/2012, cuando un comerciante no ejerce sus actividades en el Estado miembro del consumidor o no dirige sus actividades a ese Estado miembro, el cumplimiento del presente Reglamento no conlleva para el comerciante ningún coste adicional asociado a la competencia judicial o a diferencias en el Derecho aplicable. Por el contrario, cuando un comerciante sí ejerce sus actividades en el Estado miembro del consumidor, o dirige sus actividades a ese Estado miembro, el comerciante ha manifestado una intención de establecer relaciones comerciales con los consumidores de ese Estado miembro y, por lo tanto, ha podido tener en cuenta tales costes”.

Si bien el artículo 1.6 del Reglamento (UE) 2018/302, así como las previsiones relacionadas de sus considerandos, responden a la aparentemente sencilla idea de que entre los factores a tener en cuenta al determinar si el comerciante dirige a un Estado miembro sus actividades no debe influir el que su sitio web o aplicación esté accesible o permita la adquisición de sus productos o servicios cuando ello sea consecuencia de las obligaciones impuestas en este Reglamento, se trata de un planteamiento que puede plantear ciertas dificultades.

Por una parte, resulta cuestionable la idea de que el nuevo Reglamento establezca, potencialmente en perjuicio de los consumidores, qué es o no relevante a efectos de la interpretación de los artículos 17.1.c) del Reglamento Bruselas I bis y 6.1.b) del Reglamento Roma I. De hecho, la disponibilidad generalizada de instrumentos de geolocalización es un elemento que condiciona que cuando un comerciante concluye regularmente contratos con clientes situados en un determinado país mediante un sitio web de configuración internacional (por ejemplo, con sus términos en inglés y el precio en euros), ésta circunstancia -la mera conclusión regular de contratos- pueda ser muy relevante al apreciar que las actividades del comerciante van dirigidas, entre otros, a ese país (ya que podría evitarlo mediante el uso de instrumentos de geolocalización), lo que resulta de gran importancia para los

consumidores situados en el mismo e implica importantes riesgos para el comerciante (como verse forzado a litigar ante los tribunales del Estado de la residencia del consumidor y respetar la normativa más estricta de protección de los consumidores de ese país).

Es conocido que la jurisprudencia del Tribunal de Justicia incluye significativas aportaciones acerca de la concreción de ese criterio en el marco del Reglamento Bruselas I, en especial las SSTJUE de 7 de diciembre de 2010, C 585/08 y C 144/09, *Pammer y Hotel Alpenhof*; de 6 de septiembre de 2012, C 190/11, *Mühlleitner*; de 17 de octubre de 2013, C-218/12, *Emrek*; y de 23 de diciembre de 2015, C-297/14, *Hobohm*. Aunque la ubicación de esa previsión en el artículo 1.6 del nuevo Reglamento tiene implicaciones diferentes, cabe recordar que el Tribunal de Justicia en su sentencia *Pammer y Hotel Alpenhof* optó, con buen criterio, por no seguir las precisiones muy desafortunadas sobre el significado de la lengua o la divisa de un sitio de Internet contenidas en la Declaración del Consejo y de la Comisión adoptada al aprobar el Reglamento 44/2001 y reiterada en el considerando 24 del Preámbulo del Reglamento 593/2008 o Reglamento Roma I con respecto a su artículo 6. Pese a que en esos textos se señala que “la lengua o la divisa utilizada por un sitio de Internet no constituye un elemento pertinente” para concretar el país al que la actividad va dirigida, el Tribunal incluyó esos elementos entre los indicios que pueden ser relevantes a efectos de determinar el país o países a los que va dirigido un sitio de Internet.

Además, en la sentencia *Pammer y Hotel Alpenhof* puso de relieve que la conclusión de que un sitio va dirigido al Estado miembro del domicilio del consumidor también puede alcanzarse en situaciones en las que no cabe apreciar expresiones manifiestas de la voluntad de atraer a los consumidores de ese país, pues el Tribunal consideró que otros indicios pueden ser relevantes para apreciar esa circunstancia. Entre esos indicios, que los apartados 83 y 84 y el fallo de la Sentencia enumeran con carácter no exhaustivo, se incluye, por ejemplo, la mención de una clientela internacional formada por clientes domiciliados en diferentes Estados miembros con testimonios de dichos clientes; y el empleo de lenguas o divisas que no se corresponden con las empleadas habitualmente en el Estado miembro a partir del cual ejerce su actividad el profesional o empresario. Además, el Tribunal en su sentencia *Mühlleitner* afirmó que la toma de contacto a distancia del consumidor con la página de Internet, la reserva de un bien o de un servicio a distancia o la celebración de un contrato de consumo a distancia son indicios de vinculación del contrato a la actividad dirigida al domicilio del consumidor (apdo. 44).

Por otra parte, frente a lo que parece desprenderse del Reglamento (UE) 2018/302, el que las actividades aparezcan dirigidas al Estado miembro del domicilio del consumidor puede resultar determinante del sometimiento (forzado para el comerciante) a los tribunales y a la normativa imperativa de protección de los consumidores de ese Estado miembro no sólo en el marco de las normas sobre protección de consumidores de los Reglamentos Bruselas I bis y Roma I. Un resultado

similar puede llegar a producirse en virtud de la aplicación de otras normas, como el artículo 6.1 del Reglamento (CE) n° 864/2007 relativo a la ley aplicable a las obligaciones extracontractuales (Reglamento Roma II o RRII). Un ejemplo muy significativo lo proporciona la STJUE de 28 de julio de 2016 en el asunto C 191/15, *Verein für Konsumenteninformation*, en la que el Tribunal de Justicia puso de relieve que la competencia desleal en el sentido del artículo 6.1 Reglamento Roma II engloba la utilización de cláusulas abusivas en condiciones generales de venta cuando pueda afectar a los intereses colectivos de los consumidores como categoría y, por ende, influir en las condiciones de competencia del mercado (apdo. 42 de la sentencia). Además el Tribunal de Justicia precisó que: “En el caso de una acción de cesación de la Directiva 2009/22, el país en el que los intereses colectivos de los consumidores resultan afectados en el sentido del artículo 6, apartado 1, del Reglamento Roma II es el país en el que residen los consumidores a los que la empresa dirige sus actividades...” (apdo. 43 de la sentencia *Verein für Konsumenteninformation*). Otras cuestiones relevantes pueden plantearse en relación con los litigios en materia de infracciones de derechos de propiedad industrial e intelectual. Cabe recordar que en esas materias el Tribunal de Justicia ha puesto de relieve que la competencia basada en el fuero del lugar del daño del artículo 7.2 RBIBis no requiere necesariamente que la actividad del sitio web (del comerciante) supuestamente infractor vaya dirigida al Estado miembro del foro cuyos derechos han sido supuestamente infringidos, de modo que la mera accesibilidad del sitio de Internet en el Estado para cuyo territorio se reclama la protección de los derechos puede resultar suficiente para atribuir competencia judicial internacional a sus tribunales, como estableció el Tribunal de Justicia en sus sentencias de 3 de octubre de 2013, C-170/12, *Pickney* y de 22 de enero de 2015, C-441/13, *Hejduk*.