

## **RESOLUCIÓN**

**Expte. S/0009/19, FLEUROP-INTERFLORA**

### **CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

#### **Presidente**

D. José María Marín Quemada

#### **Consejeros**

D<sup>a</sup>. María Ortiz Aguilar

D. Josep Maria Guinart Solà

D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González

D<sup>a</sup> Maria Pilar Canedo Arrillaga

#### **Secretario del Consejo**

D. Joaquim Hortalà y Vallvé

En Madrid, a 4 de junio de 2020

La Sala de Competencia del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución en el expediente S/0009/19 FLEUROP-INTERFLORA, tramitado ante la denuncia formulada por parte de varias floristerías, contra FLEUROP-INTERFLORA ESPAÑA, S.A. por supuestas prácticas restrictivas de la competencia contrarias al artículo 2 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

## **I. ANTECEDENTES**

1. Con fecha 18 de enero de 2016, tuvo entrada en la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (**CNMC**), un escrito de varias floristerías, por el que se denuncia a FLEUROP-INTERFLORA ESPAÑA, S.A. (**INTERFLORA**) por un posible abuso de posición de dominio en el mercado de prestación de servicios de gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales en España (folios 2 a 28).

2. Con fecha 8 de abril de 2016, la Dirección de Competencia (**DC**) remitió sendos requerimientos de información a los denunciantes y a INTERFLORA, sobre la relación contractual entre las partes, la razón de la resolución de la misma por parte de INTERFLORA, así como la relación entre los denunciantes (folios 47 a 55).

El 21 de abril de 2016, INTERFLORA solicitó copia de la denuncia, denegándose el 27 de abril por la DC, quien le requirió respuesta con apercibimiento de multa. Las contestaciones de los denunciantes e INTERFLORA tuvieron entrada en la CNMC el 27 de abril y el 6 de mayo de 2016, respectivamente (folios 78 a 145 y 183 a 408).

3. Con fecha 27 de mayo de 2019, la DC, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 27 del Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero (**RDC**), elevó al Consejo de la CNMC escrito proponiendo la no incoación de expediente y el archivo de las actuaciones seguidas como consecuencia de la denuncia presentada por las floristerías, por considerar que no había indicios de infracción de la LDC (folios 410 a 421).
4. La Sala de Competencia del Consejo de la CNMC aprobó esta resolución en su reunión de 4 de junio de 2020.

## **II. LAS PARTES**

### **II.1. DENUNCIANTES:**

Los denunciantes son ocho titulares de floristerías en distintas localidades de España (Burgos, Granada, Madrid, Murcia, Santa Cruz de Tenerife, Sevilla y Vizcaya), incorporados a INTERFLORA mediante contratos de duración indefinida desde 1994:

- FLORISTERIA FERNANDO HIJO, S.L.;
- ALVAREZ PRADOS MAESTROS FLORISTAS, S.L.;

- FLORES LARA, S.L.;
- [AAA];
- AMEFLOR, S.L.;
- [BBB];
- [CCC];
- [DDD]<sup>1</sup>.

Cinco de los denunciados son accionistas de INTERFLORA<sup>2</sup>.

## **II.2. DENUNCIADA: FLEUROP-INTERFLORA ESPAÑA, S.A.**

Según los datos de su página Web, INTERFLORA es una macro-federación formada por tres grupos empresariales diferentes: F.T.D., Fleurop y British Unit<sup>3</sup>. En su página web, INTERFLORA se define como *“líder en venta de flores a domicilio”*.

Funciona como una floristería on-line e integra a más de 50.000 floristerías en más de 170 países. En España, INTERFLORA cuenta con cerca de 1.600 floristerías asociadas.

INTERFLORA cuenta con floristerías accionistas de la compañía y floristerías asociadas no accionistas. La diferencia entre establecimientos accionistas y asociados es la duración de los contratos firmados que, en el caso de los primeros, es indefinida y de los segundos es limitada con prórrogas anuales tácitas<sup>4</sup>. Además, la comisión por los servicios de intermediación que se cobra a los accionistas y a los no accionistas es diferente.

## **III. MERCADO RELEVANTE**

En su propuesta de archivo la DC considera que las conductas analizadas tienen lugar en el mercado del servicio de gestión y envío de flores y plantas ornamentales a distancia, analizado en diversos expedientes de control de concentraciones económicas<sup>5</sup>. Dicho mercado consiste en la organización y administración de las condiciones necesarias para recibir una orden, transmitirla,

---

<sup>1</sup> Para la publicación de la resolución todos los nombres de personas físicas serán sustituidos por siglas aleatorias.

<sup>2</sup> Floristería Fernando Hijo, S.L; Álvarez Prados Maestros Floristas, SL; Flores Lara SL; [CCC]; [AAA].

<sup>3</sup> Página web: [www.INTERFLORA.es](http://www.INTERFLORA.es)

<sup>4</sup> No obstante, conforme a los modelos de contratos de 2003 y 2008 remitidos por INTERFLORA (folios 192 y 286) algunos contratos de asociados podían mantener una duración indefinida en aquellos casos en los que el titular hubiese suscrito con INTERFLORA un contrato anterior sin concreción temporal

<sup>5</sup> Expte C/0657/15 LFPI/MONTEFIORE/GRUPO INTERFLORA y, anteriormente, exptes. C-0093/08 21 Centrale Partners/ Interflora España y C-0368/11 C&A/HLD/GRUPO INTERFLORA

ejecutarla, gestionar los flujos de pagos y cobros que se originan y determinar las características y condiciones de los pedidos que se reciben y los ejecutados por las floristerías organizadas en una red.

El modelo de negocio desarrollado por INTERFLORA como plataforma intermediaria depende de dos demandas interdependientes, floristerías y consumidores finales, dando lugar a los mercados denominados de dos caras, según se ha analizado en otros expedientes de la CNMC<sup>6</sup>.

Teniendo esto en cuenta, en el presente expediente se analizan dos mercados:

### **1. El mercado de plataformas *online* de gestión de arreglos florales**

En este mercado las plataformas compiten entre sí para captar floristerías, ofreciendo nuevos canales publicitarios para llegar a un mayor número de clientes finales, así como mejores condiciones en las comisiones que se cobran por estar en la red.

El mercado geográfico sería nacional dado que la plataforma ofrece los servicios de gestión de entrega en toda España y la publicidad y la política comercial es fundamentalmente nacional.

### **2. El mercado de los servicios de envío de flores a domicilio**

El servicio de gestión y envío floral, que se presta de diversas formas, mayoritariamente a través de plataformas *online* con página web y aplicación de móvil, pero también desde los propios establecimientos por teléfono o presencialmente, pudiendo contar estos establecimientos con un servicio propio de entrega a domicilio o de un tercero contratado por la floristería, o del servicio del propio intermediario si este lo tuviera.

Este mercado tendría como demandantes a los clientes finales. Por ello, el ámbito geográfico es local tanto por la publicidad como por los sistemas de entrega de los pedidos, teniendo en cuenta que el cliente final elige el establecimiento entre todos aquellos próximos al domicilio de entrega, pues tal circunstancia afecta de forma directa al tiempo de entrega del pedido.

No obstante, dadas las conclusiones del análisis, no es necesario cerrar en el presente expediente una definición de mercado.

---

<sup>6</sup> Ver precedentes en los que se analizan mercados de dos caras, entre otros, C/0730/16 JUST EAT/LA NEVERA ROJA y C/0573/14 SCHIBSTED/MILANUNCIOS. Más recientemente, en el C/1046/19 JUST EAT/CANARY, relativo como el primero al sector de la gestión de los pedidos de comida a domicilio a través de plataformas online, se desarrolla el análisis realizado en el C/0730/16 y se indica que estas plataformas tienen simultáneamente dos tipos de demandantes diferenciados, restaurantes y consumidores finales, y estas demandas son interdependientes entre sí a través de los efectos de red indirectos.

### 3. Cuotas de mercado

De acuerdo con el análisis de mercado que se realizó en anteriores expedientes<sup>7</sup>, en 2013 INTERFLORA contaba con una cuota de mercado del 60-70% en venta de flores a domicilio, a gran distancia de sus directos competidores, Teleflora y Flora Queen, entre otros, con cuotas individuales por debajo del 10%.

Sin embargo, datos más recientes muestran que, en 2016, ya es Flora Queen quien es la mayor tienda *online* en España en términos de establecimientos asociados y han aparecido posibles nuevos competidores como la americana Pro Flowers, perteneciente al grupo Florists Transworld Delivery, con 40.000 tiendas de flores en 150 países<sup>8</sup>.

Igualmente, Teleflora publicita en su página web más de 2.000 floristerías en España y Flor10 4.700 floristas y profesionales asociados.

El número de floristerías asociadas a INTERFLORA en España ha permanecido relativamente estable en entre 2011 y 2016, tal y como se muestra en la tabla siguiente<sup>9</sup>:

2011	2012	2013	2014	2015	2016
1.778	1.692	1.652	1.583	1.583	1.588

## IV. HECHOS DENUNCIADOS E INVESTIGADOS

A continuación, se resumen los hechos investigados, ya consignados por la DC en su propuesta de archivo y que, junto con la documentación recabada en el expediente, han servido de base a esta Sala de Competencia de la CNMC para llevar a cabo la valoración jurídica que se expondrá en el siguiente apartado.

### 4.1 INTERFLORA en el mercado de servicios de flores a domicilio.

- (1) Con respecto al mercado de los servicios de envío de flores a domicilio, una vez que el cliente realiza un encargo a través de un establecimiento asociado a la red INTERFLORA o a través de los canales de venta directos de INTERFLORA (internet o teléfono), el pedido se transmite a la unidad nacional de INTERFLORA correspondiente, que selecciona al florista más cercano al domicilio del destinatario del envío para que proceda a realizar la entrega del encargo.

<sup>7</sup> C/0657/15 LFPI/MONTEFIORE/GRUPO INTERFLORA.

<sup>8</sup> Noticia publicada el día 31 de julio de 2016 en 'El País': [Flores 'online' de todos los colores](#)

<sup>9</sup> Fuente: Datos aportados por INTERFLORA.

Los establecimientos asociados a INTERFLORA reciben los encargos por tres vías: presencial en el local, a través de las redes de transmisión como INTERFLORA (intermediarios), y a través de su propia página web. En este último caso, cada floristería decide cómo actuar ante los encargos recibidos en su página web: ejecutando el encargo si es de su localidad o transmitiéndolo a la floristería de la localidad de destino, empleando una red de transmisión en función de la opción más económica para el cliente.

- (2) Según datos de la denuncia, las órdenes de INTERFLORA suponen un 20% de los ingresos anuales de las denunciadas y más del 70% de los ingresos aportados por canales de transmisión no propios para captar encargos de clientes a distancia.
- (3) Las relaciones comerciales entre INTERFLORA, como intermediaria del servicio de gestión y envío de flores a distancia, y las floristerías se plasman en el contrato de servicios plenos, mientras que el contrato de condiciones generales y particulares regula las condiciones de adhesión del establecimiento a la red.
- (4) La práctica totalidad de los establecimientos asociados a la red INTERFLORA tiene suscrito un contrato de servicios plenos de pertenencia a la misma (folios 186 a 232).

Este contrato estipula los importes que ha de abonar el asociado a la red, importes que se han de cobrar al cliente que emplea el servicio INTERFLORA, e importes que percibe el asociado a la red tanto por la transmisión de una orden como por la ejecución de una orden. Es un contrato con una duración inicial hasta el 31 de diciembre del año de suscripción y prórrogas tácitas por periodos anuales, salvo que una de las partes comunique a la otra con antelación de un mes, su decisión de no prorrogarlo.

#### **4.2 Relación contractual entre INTERFLORA y los denunciados, y pleitos relacionados**

- (5) Como accionistas de INTERFLORA, varios de los denunciados interpusieron una demanda civil contra ARTE Y DISEÑO DE JARDINERÍA, S.L. ("ARTE Y DISEÑO") y TYRESTA SPAIN SLU ("TYRESTA") al entender que la transmisión de acciones de INTERFLORA efectuada entre ambas sociedades en 2008, en relación con la operación de concentración C/0093/08 FLEUROP-INTERFLORA ESPAÑA, se efectuó vulnerando los estatutos de INTERFLORA, que prevén una limitación a la libre transmisión de acciones mediante un derecho de adquisición preferente a favor de los demás socios.

- (6) Mediante sentencia de 11 de marzo de 2013 (PO 777/2009), el Juzgado Mercantil nº 1 de Madrid estimó la demanda formulada y declaró la nulidad de la transmisión de las acciones de INTERFLORA efectuada por ARTE Y DISEÑO a favor de TYRESTA, al entender que la excepción a la limitación de la libre transmisión de acciones, prevista en los estatutos e invocada por las demandadas, no era aplicable al exigir que la sociedad transmitente y la adquirente tuvieran socios comunes que controlaran ambas entidades.
- (7) El 23 de junio de 2015, INTERFLORA comunicó a los denunciantes su decisión unilateral de darles de baja de la red INTERFLORA con efectos de 31 de diciembre de 2015 (folios 326 a 366).
- (8) La resolución de los contratos de colaboración entre los denunciantes e INTERFLORA se llevó a efecto el 1 de enero de 2016, con la desconexión de los primeros a la aplicación que les permitía transmitir y recibir ejecuciones desde esa plataforma.
- (9) Según los datos aportados por los denunciantes, también fueron excluidos de la red INTERFLORA por resolución unilateral de la sociedad de sus contratos de colaboración varias floristerías regentadas por participantes de la demanda contra ARTE Y DISEÑO y TYRESTA que no se han unido a la denuncia ante la CNMC.
- (10) INTERFLORA manifiesta que la resolución de los contratos suscritos con cada uno de los denunciantes se produjo por denuncia unilateral “ad nutum” amparada por la duración indefinida de los contratos y no por incumplimiento alguno de los contratantes. Según la cláusula 16.2. Desistimiento del contrato de servicios plenos: *“Cualquiera de las Partes podrá desistir del Contrato siempre que medie un preaviso mínimo de un mes y se encuentre al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones, sin que por tal motivo exista reclamación entre las Partes.”*
- (11) Mediante sentencia de 10 de marzo de 2017 (recurso 236/2015) la Audiencia Provincial de Madrid, desestimó el recurso de apelación de ARTE Y DISEÑO y de TYRESTA contra la sentencia de 11 de marzo de 2013 del Juzgado Mercantil nº 1 de Madrid y confirmó la declaración de nulidad de la transmisión de las acciones de la sociedad INTERFLORA entre ARTE y DISEÑO y TYRESTA.
- (12) Contra la sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid, de 10 de marzo de 2017 ARTE Y DISEÑO y TYRESTA interpusieron recurso extraordinario por infracción procesal ante el Tribunal Supremo. El recurso fue inadmitido por el Tribunal Supremo, mediante auto de 19 de junio de 2019 (Rec. nº 2319/2017).



## **V. FUNDAMENTOS DE DERECHO**

### **PRIMERO. - Competencia para resolver.**

De acuerdo con el artículo 5.1.c) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, compete a la CNMC *“aplicar lo dispuesto en la Ley 15/2007, de 3 de julio, en materia de conductas que supongan impedir, restringir y falsear la competencia”*. El artículo 20.2 de la misma ley atribuye al Consejo la función de *“resolver los procedimientos sancionadores previstos en la Ley 15/2007, de 3 de julio”*.

Asimismo, el artículo 14.1. a) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, establece que *“La Sala de Competencia conocerá de los asuntos relacionados con la aplicación de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y con la actividad de la promoción de la competencia de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 3/2013, de 4 de junio”*.

En consecuencia, la competencia para resolver este procedimiento corresponde a la Sala de Competencia del Consejo de la CNMC.

### **SEGUNDO. - Objeto de la resolución y propuesta del órgano instructor**

El artículo 49.1 de la LDC dispone que la Dirección de Competencia incoará expediente sancionador cuando observe indicios racionales de existencia de conductas prohibidas en los artículos 1, 2 y 3 de la misma Ley. Sin embargo, en el apartado 3 del citado artículo 49 se añade que el Consejo, a propuesta de la Dirección de Competencia, acordará no incoar procedimiento sancionador y, en consecuencia, el archivo de las actuaciones realizadas, cuando considere que no hay indicios de infracción.

Por otro lado, el artículo 27.1 del Reglamento de Defensa de la Competencia, aprobado por Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero (RDC), estipula: *“1. Con el fin de que el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia [actual CNMC] pueda acordar no incoar procedimiento y archivar las actuaciones en los términos establecidos en los artículos 44 y 49.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, la Dirección de Investigación [actual Dirección de Competencia] le dará traslado de la denuncia recibida, de las actuaciones previas practicadas, en su caso, y de una propuesta de archivo”*.

Así, corresponde a esta Sala determinar si concurren los requisitos para la aplicación del artículo 49.3 de la LDC, esto es, la ausencia de indicios de infracción, para, tal como propone la DC, acordar el archivo de las actuaciones realizadas hasta el momento o si, por el contrario, pudieran apreciarse indicios de infracción de la LDC que motivasen la incoación de expediente sancionador.



En las presentes actuaciones se investiga si, de acuerdo con la denuncia de las floristerías, INTERFLORA ha incurrido en prácticas anticompetitivas, infringiendo el artículo 2 de LDC y si son constitutivas de infracción sancionable por la CNMC.

### **TERCERO. - Valoración de la Sala de Competencia**

A juicio de los denunciantes, INTERFLORA ostenta una posición de dominio en el mercado de prestación de servicios de gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales en España, con una cuota del 60-70% en valor y del 50-60% en volumen, consistiendo el supuesto abuso en la rescisión unilateral de los contratos de colaboración entre cada uno de los denunciantes e INTERFLORA, sin aporte de justificación ni fundamento para ello, lo que consideran un ejemplo de negativa de suministro.

En términos generales, tal y como ha quedado establecido en una consolidada jurisprudencia, el artículo 2 de la LDC prohíbe el abuso de una posición de dominio en un mercado relevante, entendida como *“posición de poder económico ostentada por una empresa que le da el poder económico de obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva sobre el mercado concernido, suministrándole la posibilidad de comportamientos independientes en una medida apreciable frente a sus competidores, sus clientes y, finalmente, los consumidores”*<sup>10</sup>.

Para que se produzca una infracción de dicho artículo 2 de la LDC, se requiere, en primer lugar, que el operador económico tenga posición de dominio, en un mercado definido como relevante, y, en segundo lugar, y de forma cumulativa, que abuse de dicha posición de dominio. En particular, la jurisprudencia del Tribunal Supremo ha venido exigiendo cuatro presupuestos para que una práctica se encuentre prohibida por el artículo 2 de la LDC<sup>11</sup>:

1. La existencia de una posición de dominio que permita a una empresa poder actuar al margen de sus competidores, clientes y consumidores, de acuerdo con la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 13 de febrero de 1979, en el asunto Hoffmann-La Roche/Comisión.
2. Una conducta abusiva, que puede incluirse entre las que prevé el artículo 2 de la LDC, lo cual se entiende de forma objetiva, sin que dependa de la intencionalidad del actor.
3. Falta de justificación de dicha conducta.

---

<sup>10</sup> Sirva, por todas, la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el caso *United Brands*.

<sup>11</sup> Sentencia de 5 de febrero de 2018, recurso 163/2018; sentencias de 8 de mayo de 2003, recurso 4495/1998; sentencia de 13 de diciembre de 2004, recurso 915/2002; sentencia de 4 de abril de 2006, recurso 4699/2003.

4. El efecto de impedir el acceso al mercado, o a un segmento del mercado de un competidor.

Según manifiesta la Dirección de Competencia en su propuesta de archivo, en el análisis del presente caso podría admitirse la existencia de indicios de los tres primeros presupuestos requeridos por el Tribunal Supremo: una posición de dominio en el mercado por parte de INTERFLORA, una posible conducta abusiva (la resolución de los contratos de forma unilateral por parte de INTERFLORA) y la falta de justificación de la misma en la medida en que dicha resolución no responde a ningún incumplimiento por parte de las floristerías denunciantes, sino más bien a un conflicto societario entre antiguos accionistas de INTERFLORA.

Sin embargo, la Dirección de Competencia concluye que no existen indicios de infracción del artículo 2 de la LDC que motiven la incoación de expediente al no apreciar la existencia del cuarto elemento requerido por el Tribunal Supremo para tipificar la infracción: el efecto de impedir el acceso al mercado a un competidor.

Esta Sala coincide con la valoración de la Dirección de Competencia en relación con la inexistencia de indicios suficientes de una infracción de abuso de posición de dominio en las conductas investigadas que justifiquen la incoación de un expediente sancionador.

En primer lugar, en relación a la posición que INTERFLORA ostenta en el mercado español de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales, la Dirección de Competencia recuerda que INTERFLORA contaba con una cuota de mercado del 77% en 1999, cuando fue sancionada en el expediente 438/98 por el antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia por abuso de posición de dominio. Más recientemente, en el expediente C/0657/15 se determinó que la cuota de INTERFLORA en 2013, en el mercado de envío y entrega a distancia de flores y plantas en España, era superior al 60 % y continuaba siendo el principal operador del mercado español, a distancia del resto de competidores.

Sin embargo, la Dirección de Competencia también apunta que en 2016, cuando tuvo efectos la expulsión de los denunciantes como socios de INTEFLORA, y en los años posteriores varias competidoras de la denunciada, como FLORAQUEEN, habrían ganado volumen de negocio ampliando el número de floristerías asociadas<sup>12</sup>.

En opinión de esta Sala esta línea evolutiva ha continuado durante los últimos años, constatándose un aumento de facturación y del número de floristerías asociadas en los competidores de INTERFLORA.

---

<sup>12</sup> Según noticias de prensa y datos consultados en las páginas web de las propias plataformas online.

Por ello, aunque existen algunos indicios que apuntan a que INTERFLORA podría seguir disponiendo de cierta posición de dominio en el mercado español de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales, la Sala estima que esta cuestión debe considerarse actualmente abierta a la luz de los últimos datos contrastados y dado que, como se apuntó en el expediente C/0657/15, el mercado afectado *“no presenta barreras de entrada significativas que impidan o dificulten el acceso de nuevos operadores al mercado. Así, no es imprescindible contar con una red de establecimientos adheridos a una red de distribución, pues existen negocios basados exclusivamente en Internet o la red telefónica que para distribuir sus mercancías acuden a los servicios de mensajería”*.

La Sala también coincide con la Dirección de Competencia en que no se aprecia en la conducta de INTERFLORA ni el objetivo ni el efecto de impedir el acceso al mercado a un competidor.

Cabe comenzar señalando que la resolución de los contratos de forma unilateral por parte de INTERFLORA, sin que haya mediado incumplimiento por parte de las floristerías denunciadas, podría entenderse como una represalia de la plataforma contra los establecimientos que han interpuesto una demanda contra sus también accionistas ARTE Y DISEÑO y TYRESTA ante la jurisdicción civil, a falta de otra explicación razonable.

Quedaría por valorar el efecto de esta resolución unilateral del contrato en el marco de la posible posición de dominio ostentada por INTERFLORA como una posible infracción de la LDC, dado que, en caso de considerarse una empresa sin poder de mercado dicha resolución debería enjuiciarse tan solo desde un punto de vista estrictamente contractual.

Como ya se ha advertido, en la disputa judicial sostenida ante la jurisdicción civil entre las floristerías denunciadas y TYRESTA y ARTE Y DISEÑO como accionistas de INTERFLORA no ha intervenido esta última empresa como parte litigante. Tampoco en el análisis de las pretensiones de las partes en dicho litigio se observa que ninguna de las mismas tenga como objetivo la expulsión del contrario del mercado español de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales. Se trata de una disputa puramente societaria en torno a la posible limitación a un derecho de adquisición preferente de acciones a favor de los demás socios de INTERFLORA.

Por otra parte, ha quedado acreditado que la relación entre INTERFLORA y las floristerías adheridas a su red no requiere exclusividad (los propios denunciados informan que están asociados a otras plataformas *online* competidoras como FloraQueen). Esta práctica coincide con los criterios expuestos en precedentes nacionales de mercados a dos caras, en los que a las plataformas se les exige flexibilidad en los contratos de adhesión (no exclusividad, permitiendo el llamado

“*multihoming*”), para que los proveedores de la red, las floristerías en este caso, puedan cambiarse y rotar.

En los mercados de doble cara como el analizado, las distintas plataformas compiten para incorporar floristerías a sus respectivas redes, ofreciendo comisiones más atractivas, o no cobrando cuotas iniciales o anuales, u ofreciendo productos adicionales a precios de mayorista, o áreas de trabajo exclusivas, entre otras. Así, la lógica comercial de una plataforma *online* es crecer en volumen de floristerías para que los clientes finales tengan mayor variedad de elección, así como crecer en clientes finales para que las floristerías no roten a plataformas competidoras y permanezcan en la plataforma aprovechando el canal de venta que les ofrece.

Tomando en consideración la importancia relativa de las órdenes de INTERFLORA en el conjunto del volumen de negocio de los denunciantes (en torno al 20%), la concurrencia de plataformas alternativas, a las que las denunciantes ya pertenecen en algunos casos (como FloraQueen) y el dinamismo del proceso competitivo en el mercado relevante, debe concluirse que, en el presente caso, no se aprecian indicios de que la conducta de INTERFLORA pueda considerarse abusiva, incluso si se acreditara que mantiene su posición de dominio tradicional en el mercado.

Como las propias denunciantes manifiestan, *“la progresiva implantación del comercio electrónico ha supuesto una progresiva presencia de las floristerías en Internet mediante la creación de sus propias web ofreciendo a los usuarios la posibilidad de comprar sus productos sin presencia simultánea mediante su abono con tarjeta de crédito, posibilitando de esta forma la captación de encargos no solo presencialmente en su tienda sino a través de Internet. La captación de encargos por floristerías a través de Internet se ha ido incrementado notablemente, y supone una vía suplementaria de ingresos a añadir a) los encargos presenciales, así como b) a los que eran remitidos por las redes de transmisión de encargos de flores y plantas, como es el denominado servicio Interflora, lo que justifica que la inmensa mayoría de las floristerías cuente actualmente con su sitio web, bien puramente informativo o bien que posibilite el comercio electrónico.”*

En consecuencia, la resolución de los contratos de colaboración con INTERFLORA de las floristerías denunciantes se manifiesta como una actuación más en el marco de la disputa societaria entre accionistas existente en su seno, sin incidencia en la estructura competitiva del mercado afectado, y cuya legitimidad puede y debe dirimirse ante la jurisdicción civil en los mismos términos en los que dicha jurisdicción se ha pronunciado respecto a la legalidad de la transmisión de acciones de INTERFLORA de ARTE Y DISEÑO a TYRESTA.

Por todo lo anterior, la Sala considera que no existen indicios de la posible existencia de una conducta de abuso de posición de dominio prohibida por el artículo 2 de la LDC por parte de INTERFLORA que determinen la incoación de un procedimiento sancionador.

## **VI. RESUELVE**

En su virtud, vistos los preceptos citados y los demás de general aplicación, el Consejo en Sala de Competencia, ha resuelto:

**ÚNICO.-** No incoar procedimiento sancionador y acordar el archivo de las actuaciones seguidas por la Dirección de Competencia de la CNMC en el expediente S/0009/19, FLEUROP-INTERFLORA, como consecuencia de una denuncia interpuesta por varias floristerías contra INTERFLORA, por considerar que en este expediente no hay indicios de infracción de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Comuníquese esta resolución a la Dirección de Competencia y notifíquese a los interesados haciéndoles saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.