

INFORME Y PROPUESTA DE RESOLUCIÓN **C/0657/15 LFPI/MONTEFIORE/GRUPO INTERFLORA**

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 18 de mayo de 2015 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) notificación de la concentración consistente en la adquisición por parte de La Financière Patrimoniaire d'Investissement, SAS (LFPI) y Montefiore Investment, SAS (MONTEFIORE) del control conjunto sobre FLOWERNET, SAS y sus filiales (GRUPO INTERFLORA) a través de una sociedad vehículo denominada MyFlower, SAS (MYFLOWER), a su vez controlada por LFPI y MONTEFIORE. La filial de FLOWERNET en España es FLEUROP INTERFLORA ESPAÑA, S.A. (INTERFLORA ESPAÑA)¹.
- (2) Dicha notificación ha sido realizada por LFPI y MONTEFIORE según lo establecido en el artículo 9 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), por superar el umbral establecido en la letra a) del artículo 8.1 de la mencionada norma. A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- (3) La fecha límite para acordar iniciar la segunda fase del procedimiento es el 18 de junio de 2015 inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

II. APLICABILIDAD DE LA LEY 15/2007 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- (4) La operación no es de dimensión comunitaria, ya que no alcanza los umbrales establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 1 del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero, sobre el control de las concentraciones entre empresas.
- (5) La operación notificada cumple, sin embargo, los requisitos previstos por la Ley 15/2007 para su notificación, al superarse el umbral establecido en el artículo 8.1 a) de la misma.

III. EMPRESAS PARTICIPES

III.1. LA FINANCIERE PATRIMONIALE D'INVESTISSEMENT, SAS (LFPI)

- (6) LFPI SAS es la compañía francesa holding del grupo LFPI dedicada a adquirir participaciones en compañías nuevas o ya existentes, de forma directa o de forma indirecta mediante fondos de inversión de capital privado y/o empresas de capital riesgo, que son gestionados por sociedades controladas por LFPI.

¹ A estos efectos, LFPI y MONTEFIORE suscribieron el 22 de abril de 2015 una Oferta de Compra vinculante mediante la que se comprometieron de forma irrevocable a adquirir [CONFIDENCIAL] que no puede ser remitida antes de la finalización de un período de consultas al comité de empresa, exigible de acuerdo con el Derecho francés.

- (7) LFPI Gestion, SAS, controlada por LFPI, es una compañía francesa de gestión de fondos profesionales de capital privado, que gestiona los siguientes fondos:

- [CONFIDENCIAL]²

- (8) La inversión en FLOWERNET se realizará a través de [CONFIDENCIAL].
- (9) Ninguna de las empresas en cartera de los fondos gestionados por LFPI está activa en actividades relacionadas con la transmisión floral ni tiene participaciones en ninguna empresa activa en dicho sector.
- (10) La facturación de LFPI en el último ejercicio económico auditado, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según las notificantes, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE LFPI (millones de euros) 2013 ³		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	>250	<60 ⁴

III.2. MONTEFIORE INVESTMENT, SAS (MONTEFIORE)

- (11) MONTEFIORE es una sociedad de gestión de fondos de inversión especializada en inversiones en empresas cuyo valor es habitualmente inferior a 150 millones de euros y que prestan servicios que exigen una presencia física directa, como la hostelería, el ocio, el turismo, el transporte, los servicios de asistencia personal (salud, servicio doméstico, educación, etc.), la gestión de infraestructuras, el comercio minorista y la distribución B2B.
- (12) MONTEFIORE gestiona actualmente tres fondos de inversión: Montefiore Investment I, Montefiore Investment II, y Montefiore Investment III. La inversión en FLOWERNET se ejecutará a través de FCPI Montefiore Investment III y de un fondo en proceso de constitución específicamente dedicado a la inversión, ambos gestionados por MONTEFIORE.
- (13) Ninguna de las empresas controladas por los fondos gestionados por MONTEFIORE ejerce actividades relacionadas con la transmisión floral ni tiene participaciones en empresas activas en dicho sector.
- (14) La facturación de MONTEFIORE en el último ejercicio económico auditado, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según las notificantes, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE MONTEFIORE (millones de euros) 2013 ⁵		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	>250	<60 ⁶

² Se insertan entre corchetes aquellas partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

³ Últimas cuentas auditadas.

⁴ [CONFIDENCIAL]

⁵ Últimas cuentas auditadas.

⁶ [CONFIDENCIAL]

III.3. FLOWERNET, SAS (FLOWERNET)

- (15) FLOWERNET es una sociedad con sede en Francia que actúa como holding del GRUPO INTERFLORA. Está actualmente controlada de forma conjunta por Chevrillon & Associés, SCA y HLD, SCA, dos empresas francesas gestoras de fondos de inversión que adquirieron GRUPO INTERFLORA en 2011⁷.
- (16) FLOWERNET participa principalmente en las siguientes sociedades: Société Française de Transmissions Florales (SFTF⁸), Bebloom⁹ y Renaud Distribution (RENAUD)¹⁰.
- (17) La filial de FLOWERNET en España es FLEUROP INTERFLORA ESPAÑA, S.A. (INTERFLORA ESPAÑA), que es titular de la marca INTERFLORA en España y realiza servicios de gestión y entrega a distancia de flores y plantas en el territorio español.
- (18) La facturación de FLOWERNET en el último ejercicio económico auditado, conforme al Art. 5 del R.D. 261/2008 es, según las notificantes, la siguiente:

VOLUMEN DE NEGOCIOS DE FLOWERNET (millones de euros) 2013 ¹¹		
MUNDIAL	UE	ESPAÑA
<2.500	<250	<60

IV. RESTRICCIONES ACCESORIAS

Pacto de no competencia

- (19) El contrato de compraventa de FLOWERNET y sus filiales FLOWERDINE y FLOWER, prevé un pacto de no competencia en su cláusula 17, de acuerdo con el cual, durante un período de tres años desde la fecha de formalización y en todos los países donde las sociedades del Grupo desarrollan actualmente su actividad, [CONFIDENCIAL] se abstendrán de i) participar, estar contratados, desarrollar, colaborar o tener interés en negocios competidores o, en general, llevar a cabo cualquier misión o trabajo en un negocio competidor; ii) ser titulares, directa o indirectamente, de cualquier título de una persona que está contratada, directa o indirectamente, en un negocio competidor; iii) representar a cualquier persona que está contratada, directa o indirectamente en un negocio competidor; iv) vender, divulgar, utilizar o poner a disposición de cualquier otra forma, directa o indirectamente, de cualquier persona contratada, directa o indirectamente, en un negocio competidor cualquier elemento de *know-how*, secretos comerciales u otra información confidencial en relación con el negocio competidor o el Grupo.

⁷ Expediente C-0368/11 C&A/HLD/GRUPO INTERFLORA.

⁸ SFTF es la principal entidad del grupo y licenciataria de la marca Interflora en Francia, Mónaco y los Departamentos y Territorios de Ultramar. Opera en el mercado francés de la gestión y entrega a domicilio de flores y plantas como intermediario / transmisor de órdenes entre los clientes y los floristas ejecutantes.

⁹ BEBLOOM es una empresa francesa dedicada al envío de ramos de flores para regalo adquirida por GRUPO INTERFLORA en mayo de 2013. Sus servicios de envío alcanzan a todo el territorio peninsular de Francia en un período máximo de 24 horas desde su sede en Orléans. [CONFIDENCIAL].

¹⁰ RENAUD es una sociedad francesa propiedad íntegra de SFTF especializada en importación y distribución mayorista de accesorios de decoración dirigidos a floristerías [CONFIDENCIAL].

¹¹ últimas cuentas auditadas.

Pacto de no captación

- (20) De acuerdo con el pacto de no captación incluido en la cláusula 17 del contrato, durante un período de tres años desde la fecha de formalización y en todos los países donde las sociedades del Grupo desarrollan actualmente su actividad, [CONFIDENCIAL] se comprometen a i) no captar (o facilitar o contribuir en la captación) a un cliente o posible cliente, proveedor o subcontratista de un Negocio Competidor y, en particular, influir o tratar de influir a un cliente, proveedor, consultor o cualquier otro tercero que mantenga una relación contractual o comercial de cualquier otro tipo con la Sociedad o cualquier Sociedad del Grupo para que resuelva o finalice esa relación o reduzca el volumen de bienes o servicios prestados; ii) no captar o tratar de captar a un Alto Directivo de las Sociedades del Grupo para que preste sus servicios o asuma una relación laboral.
- (21) Según las notificantes, la justificación de la cláusula de no competencia se encuentra en que está directamente vinculada a la operación de concentración, en la medida en que tiene como finalidad proteger la propiedad intelectual, las estrategias y las relaciones comerciales con clientes y proveedores, así como el know-how. En cuanto a la cláusula de no captación, las notificantes consideran que resulta imprescindible para que las partes puedan desarrollar el negocio adquirido contando para ello con los recursos humanos que vienen desarrollando la actividad.

Valoración

- (22) El artículo 10.3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, establece que “en su caso, en la valoración de una concentración económica podrán entenderse comprendidas determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización”.
- (23) La Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03) considera que estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo.
- (24) Esta Comunicación señala asimismo que las cláusulas inhibitorias de la competencia están justificadas por un máximo de dos años. Sólo cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio y conocimientos técnicos, puede el período extenderse hasta los tres años. Las mismas condiciones son de aplicación a las cláusulas de no captación y de confidencialidad.
- (25) Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios existentes en la materia y lo establecido en la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin, esta Dirección de Competencia considera que el contenido y la duración del pacto de no competencia y del pacto de no captación no van más allá de lo que, de forma razonable, exige la operación de concentración notificada, considerándose parte integrante de la misma.

V. MERCADOS AFECTADOS

V.1 Mercado de producto

- (26) El sector implicado en esta operación de concentración es el de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas, ya analizado por la extinta CNC en los asuntos 21 CENTRALE PARTNERS/INTERFLORA ESPAÑA¹² y C&A–HLD/GRUPO INTERFLORA¹³, en los que concluyó que el mercado relevante era el de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales.
- (27) Las notificantes, sin embargo, consideran que debe definirse el mercado de forma más amplia, refiriéndose al mismo como el de la comercialización minorista de flores, plantas y accesorios.
- (28) De acuerdo con la extinta CNC¹⁴, las flores y plantas, como regalo, sobre todo en determinadas fechas y ocasiones (como el día de Todos los Santos, San Valentín, defunciones o peticiones de manos) son poco sustituibles por otros productos y, aunque hubiera bienes potencialmente sustitutivos de las flores, no existen estructuras similares e igualmente desarrolladas a las consideradas para las flores para enviar dichos bienes a distancia.
- (29) Asimismo, la Resolución de la extinta CNC dictada en 2008¹⁵ dejó abierta la posibilidad de que la oferta de flor cortada o planta ornamental susceptible de entregarse en otra localidad pudiese dividirse en tres grupos de productos, cada uno de los cuales incluiría subproductos que podrían considerarse sustitutivos entre sí por razón de su posible utilización, características y precios: a) flores sueltas, ramos de flores (naturales y secas) y plantas individuales; b) centros de plantas y de flores (naturales y secas) y c) trabajos para defunciones (coronas, palmas y almohadones mortuorios) que, por su finalidad, no se pueden considerar sustitutivos de ninguno de los anteriores grupos.
- (30) En línea con el precedente citado, en cualquier caso y dada la ausencia de solapamiento de las actividades de las partes en España, esta Dirección de Competencia no cree necesario establecer una definición precisa del mercado, considerando que el mercado de producto a efectos de la presente operación es el mercado de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales.

V.2 Mercado geográfico

- (31) De acuerdo con las Resoluciones de la extinta CNC antes mencionadas, el mercado de la entrega a distancia de flores y plantas ornamentales es de ámbito nacional, ya que si bien el servicio de entrega de flores y plantas abarca el envío internacional, ciertos elementos tales como las diferencias culturales y lingüísticas, el particular comportamiento de la demanda nacional y el hecho de que las ventas de pedidos procedentes o con destino al exterior sean poco significativas en el total de ventas de las empresas presentes en el mercado, son indicativos de que el mercado es de ámbito nacional.

¹² Expediente C-0093/08 21 Centrale Partners/ Interflora España.

¹³ Expediente C-0368/11 C&A/HLD/GRUPO INTERFLORA.

¹⁴ Expediente C-0093/08 21 Centrale Partners/ Interflora España.

¹⁵ Expediente C-0093/08 21 Centrale Partners/ Interflora España.

- (32) Sin embargo, se dejó abierta la posibilidad de considerar un mercado de carácter supranacional, debido al desarrollo que en los últimos años está experimentando la venta de flores y plantas ornamentales por Internet.
- (33) Según las notificantes, no sería necesario cerrar una definición precisa del mercado geográfico, dada la ausencia de solapamiento entre las actividades de las partes. En cualquier caso, en línea con los precedentes citados, se analizará el mercado geográfico más estrecho posible, siendo el mercado nacional.

V.3 Cuotas de mercado

- (34) Las notificantes aportan únicamente cuotas de la empresa adquirida, dado que según las Partes, ninguna de las adquirentes están presentes en el mercado de producto definido, no existiendo ningún solapamiento horizontal ni vertical entre las actividades de las partes.
- (35) De acuerdo con las notificantes, si se definiera el mercado como el de la comercialización minorista de flores, plantas y accesorios, la cuota de mercado de FLOWERNET se situaría entre el [0-10]% y el [0-10]% a nivel nacional. No obstante, como se ha expuesto anteriormente, esta Dirección considera que el mercado de producto es el de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas.
- (36) Según la información disponible, la cuota de mercado de INTERFLORA ESPAÑA en el mercado de envío y entrega a distancia de flores y plantas en España en el año 2013 es de un [60-70]% en valor y de un [50-60]% en volumen, estimando las notificantes que la cuota de mercado de INTERFLORA ESPAÑA y la de sus competidores no ha sufrido ninguna variación significativa en el ejercicio 2014.

MERCADO NACIONAL DE ENVÍO Y ENTREGA A DISTANCIA DE FLORES Y PLANTAS ¹⁶				
Entidades	2012		2013	
	VALOR en millones (€)	CUOTA	VALOR en millones (€)	CUOTA
INTERFLORA	[CONF]	[50-60]%	[CONF]	[60-70]%
FLORAQUEEN	[CONF]	[20-30]%	N/A	N/A
TELEFLORA	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	[0-10]%
FLOR 10	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	[0-10]%
AQUARELLE	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	[0-10]%
SHOP EXPRESS	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	-
FLORES FRESCAS	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	[0-10]%
E-FLOREX.COM	-	-	N/A	N/A
MANDAFLOR.ES	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	[0-10]%
FLORLINE	-	-	N/A	N/A
12FLORES	[CONF]	[0-10]%	[CONF]	[0-10]%
SPAIN FAIR FLOWERS	[CONF]	[0-10]%	-	-
OTROS	-	-	N/A	N/A
TOTAL MERCADO	[CONF]	100 %	[CONF]	100%

Fuente: Notificación

¹⁶ Datos disponibles únicamente en valor para 2012 y 2013.

VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

- (37) INTERFLORA ESPAÑA es el principal operador del mercado español de la entrega a distancia de flores y plantas ornamentales, a gran distancia del resto de competidores.
- (38) Según las notificantes, el modelo de negocio tanto de SFTF como de INTERFLORA ESPAÑA está basado en la conclusión de acuerdos con una pluralidad de establecimientos floristas a lo largo y ancho del territorio donde están autorizados a utilizar la marca Interflora, pasando estos establecimientos a formar parte de la Red Interflora de floristas. El objetivo de esta red es la creación de una red de distribución de flores y plantas integrada por floristas de prestigio encargados de la transmisión y ejecución de las órdenes de entrega.
- (39) Hay dos tipos de acuerdos de colaboración entre SFTF/INTERFLORA ESPAÑA y los establecimientos floristas: (i) el primero de ellos establece que los servicios que serán prestados por los floristas sólo consisten en la transmisión de las órdenes de SFTF/INTERFLORA ESPAÑA realizadas por los clientes a otros floristas de la Red de Interflora y (ii) el segundo tipo de acuerdos determina que los servicios que serán prestados por los floristas comprenden igualmente la ejecución de las órdenes de INTERFLORA.
- (40) Se trata, según lo indicado anteriormente, de una red integrada por [CONFIDENCIAL] floristerías distribuidas por toda España, que tiene por objeto la transmisión y ejecución de encargos florales para su entrega a distancia.
- (41) A grandes rasgos, según las notificantes, el funcionamiento de la red INTERFLORA es el siguiente: una vez que el cliente ha realizado un encargo a través de un establecimiento asociado a la red o de los canales de venta directos de INTERFLORA (Internet o teléfono), se transmite el pedido a la unidad nacional de INTERFLORA correspondiente, que será la que seleccione al florista más cercano al domicilio del destinatario del envío para que sea éste el que realice la entrega del encargo. En caso de que el remitente realice el encargo desde otro país distinto al del destinatario, la unidad nacional de INTERFLORA del país del remitente se pondrá en comunicación con la unidad nacional de INTERFLORA del país del destinatario y será esta última la que escoja el establecimiento adherido a su propia red para realizar la entrega del encargo.

VI.1 Barreras a la entrada

- (42) Según las notificantes, el mercado de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales no presenta barreras de entrada significativas de naturaleza administrativa ni tecnológica 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.

VII. VALORACIÓN

- (43) La operación notificada consiste en la adquisición por parte de La Financière Patrimoniale d'Investissement, SAS (LFPI) y Montefiore Investment, SAS (MONTEFIORE) del control conjunto de FLOWERNET, SAS y sus filiales FLOWERDINE y FLOWER (GRUPO INTERFLORA), a través de una sociedad vehículo denominada MyFlower, SAS (MYFLOWER), a su vez controlada por LFPI y MONTEFIORE.
- (44) El mercado afectado en esta operación es el mercado español de la gestión y entrega a distancia de flores y plantas ornamentales.
- (45) Este mercado 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.
- (46) La operación no da lugar a ningún solapamiento horizontal ni vertical entre las actividades de las partes en España, por lo que la operación no afectaría a la estructura competitiva de ningún mercado.

VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior y en virtud del artículo 57.1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia se propone **autorizar** la concentración, en aplicación del artículo 57.2.a) de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.