

Ccent. 70/2026
Vusiongroup / ISM

Decisão de Não Oposição
da Autoridade da Concorrência

[alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio]

25/09/2026

**DECISÃO DE NÃO OPOSIÇÃO
DA AUTORIDADE DA CONCORRÊNCIA**

Ccent. 70/2026 – Vusiongroup / ISM

1. OPERAÇÃO NOTIFICADA

1. Em 25 de agosto de 2026, foi notificada à Autoridade da Concorrência (“AdC”), nos termos dos artigos 37.º e 44.º da Lei n.º 19/2012, de 8 de maio (“Lei da Concorrência”), a operação de concentração que consiste na aquisição, pela Vusiongroup, S.A. (“Vusiongroup”, “Notificante” ou “Adquirente”), do controlo exclusivo sobre a IN STORE MEDIA GROUP, S.A. (“ISM” ou “Adquirida”).
2. As atividades das empresas envolvidas na operação (“Partes”) são as seguintes:
 - **Vusiongroup** – sociedade francesa cujo objeto social se centra no desenvolvimento e na exploração comercial de soluções de tecnologia digital para o setor do retalho. Integra tecnologias de “Internet das Coisas”, computação em nuvem, análise avançada de dados e inteligência artificial, com vista a disponibilizar aos retalhistas as ferramentas necessárias para transformarem as suas lojas físicas em ativos eficientes e conectados.

Nos termos e para os efeitos do artigo 39.º da Lei da Concorrência, o volume de negócios realizado pela Adquirente em Portugal, em 2025, foi de €[<100] milhões.

 - **ISM** – sociedade especializada na prestação de serviços de intermediação publicitária no setor do retalho, que desenvolve a sua atividade principal no mercado de publicidade “Out-Of-Home”, com especial enfoque em suportes publicitários em espaços interiores.

O volume de negócios realizado pela Adquirida em Portugal, em 2025, foi de €[>5] milhões.
3. A operação notificada configura uma concentração de empresas na aceção da alínea b) do n.º 1 do artigo 36.º da Lei da Concorrência, conjugada com a alínea a) do n.º 3 do mesmo artigo, e está sujeita à obrigatoriedade de notificação prévia por preencher, apenas na hipótese de se considerar relevante um dado segmento de mercado, a condição enunciada na alínea b) do n.º 1 do artigo 37.º do mesmo diploma.

2. MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL

4. De acordo com a Notificante, a atividade da Adquirida insere-se no mercado da publicidade exterior (“Out-of-Home” ou “OHH”), referindo, para o efeito, a prática decisória nacional, da Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (“CNMC”) e da Comissão Europeia (“Comissão”) relativa aos mercados da publicidade, considerando que os diversos formatos

de publicidade exterior integram um mesmo mercado do produto relevante, por concorrerem na afetação dos orçamentos publicitários dos anunciantes.¹

5. Subsidiariamente, e sem conceder, a Notificante apresenta igualmente informação relativa a um eventual segmento mais restrito de *retail media* ou publicidade *in-store*, considerando, contudo, que tal segmento não constitui um mercado autónomo distinto do mercado mais amplo da publicidade OOH.
6. Como referido anteriormente, a Adquirida desenvolve a sua atividade na prestação de serviços de intermediação publicitária no setor do *retail media*, através da gestão e exploração de inventário publicitário disponibilizado por retalhistas a anunciantes. A atividade da Adquirida assenta, principalmente, na exploração de suportes publicitários localizados no interior de estabelecimentos de retalho, em particular supermercados e hipermercados².
7. Entre os suportes explorados pela ISM incluem-se, designadamente, expositores de corredor, suportes junto das caixas de pagamento, cabeçalhos de prateleira, autocolantes de chão, promotores, ecrãs de boas-vindas, expositores digitais de corredor, cubos digitais, *video walls* e totens digitais.
8. Ora, tal como igualmente reconhecido pela Notificante, estes produtos têm como principal finalidade influenciar a decisão de compra do consumidor no próprio ponto de venda, beneficiando da proximidade física ao produto e ao momento da aquisição, correspondendo a uma lógica predominantemente transacional e de *call-to-action*.
9. Neste contexto, a atividade da Adquirida apresenta características que a distinguem de formas mais tradicionais de publicidade exterior, frequentemente associadas a objetivos de alcance, frequência de exposição e notoriedade junto de uma audiência generalista.
10. Acresce que, no âmbito do processo Ccent. 36/2021 – JCDecaux / Concessão de Publicidade Exterior em Lisboa³, a AdC distinguiu, na sequência da investigação de mercado realizada, a atividade desenvolvida pela ISM da atividade de publicidade exterior analisada nesse procedimento. Com efeito, a ISM indicou operar sobretudo suportes publicitários instalados no interior de estabelecimentos comerciais, designadamente *stoppers* de prateleira e vinis de chão, considerando não concorrer diretamente com os operadores ativos na publicidade exterior.
11. Atento o exposto considera-se adequado analisar a presente operação de concentração por referência ao mercado de serviços de publicidade em ambiente de retalho (*retail*

¹ Cf., designadamente, a decisão da Comissão Europeia no processo COMP/M.2529 – JCDecaux / RCS / Publitransport / IGP; as decisões da CNMC nos processos C/0577/14 – JCDecaux / Cemusa e C/1426/23 – JCDecaux España / Clear Channel España; e as decisões da AdC nos processos Ccent. 54/2006 – Prisa / Media Capital e Ccent. 36/2021 – JCDecaux / Concessão de Publicidade Exterior em Lisboa. Embora estas decisões distingam a publicidade exterior dos restantes meios publicitários, a delimitação exata do mercado foi, em regra, deixada em aberto, tendo sido admitidas, em particular pela AdC e pela CNMC, segmentações adicionais em função do tipo de suporte, da localização ou da audiência atingida.

² O portefólio da Adquirida é composto por soluções tradicionais em loja ([60-70]% das receitas), soluções digitais em loja ([30-40]% das receitas) e soluções online e de dados ([0-5]% das receitas).

³ Refira-se que na decisão Ccent. 36/2021 – JCDecaux / Concessão de Publicidade Exterior em Lisboa, a AdC analisou separadamente os displays de pequeno formato (2 m²) e os displays de médio e grande formato, reconhecendo, assim, a possibilidade de segmentações adicionais em função das características dos suportes publicitários.

media), particularmente no contexto do retalho FMCG (*fast-moving consumer goods*), deixando-se, porém, a sua exata delimitação do produto e geográfica em aberto, atendendo a que as conclusões da avaliação jusconcorrencial não seriam distintas sob qualquer das definições plausíveis de mercado.

12. Segundo as estimativas apresentadas pela Notificante, a quota da Adquirida ascende a cerca de [45-55]% num eventual segmento de publicidade *in-store* ou *retail media* no retalho FMCG, sendo identificados como principais operadores a Continente / Sonae (Endless), a JCDecaux e a Giródmédias.
13. A Vusiongroup, por sua vez, não exerce, em Portugal, atividades de exploração ou comercialização de inventário publicitário, nem se encontra presente no mercado da publicidade OOH, ou em *retail media*, como a Adquirida. De acordo com a Notificante, a sua atividade encontra-se circunscrita ao fornecimento de soluções tecnológicas para o setor do retalho, incluindo etiquetas eletrónicas de prateleira, plataformas software, soluções de análise de dados e outras tecnologias de digitalização do ponto de venda.⁴
14. Neste contexto, independentemente da definição de mercado adotada, a operação não dá origem a qualquer sobreposição horizontal entre as atividades das Partes, nem se identificam relações verticais ou conglomeradas suscetíveis de suscitar preocupações jusconcorrenciais.
15. Tendo em conta o *supra* exposto, considera-se que da operação notificada não resultam efeitos horizontais, verticais ou conglomeradas suscetíveis de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

3. CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS

16. Nos termos do n.º 5 do artigo 41.º da Lei da Concorrência, a decisão que autoriza uma operação de concentração abrange igualmente as restrições diretamente relacionadas e necessárias à sua realização.
17. As cláusulas contendo tais restrições devem ser analisadas à luz das Linhas de Orientação da Autoridade da Concorrência sobre Restrições Acessórias, de março de 2026 ("Linhas de Orientação").
18. A Notificante identificou e justificou as seguintes restrições acessórias:⁵

Obrigação de não concorrência

19. Por **[Confidencial – Informação Contratual]**.^{6 7 8}

⁴ Embora a Vusiongroup disponibilize determinadas soluções tecnológicas suscetíveis de suportar a exploração de publicidade digital em loja, designadamente através da solução "Engage", que inclui sistemas de vídeo em calha e ecrãs de diversos formatos, **[CONFIDENCIAL – informação comercialmente sensível – informação sobre o volume de negócios da Notificante]**.

⁵ Cf. Linhas de Orientação, § 13.

⁶ **[Confidencial – Informação Contratual]**.

⁷ **[Confidencial – Informação Contratual]**.

⁸ **[Confidencial – Informação Contratual]**.

Obrigação de não angariação

20. No **[Confidencial – Informação Contratual]** ⁹.

Apreciação da AdC em relação às restrições acessórias

21. Em relação à obrigação de não concorrência, enunciada em § 19 *supra*, a mesma é apenas parcialmente considerada uma restrição diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada.
22. Assim, está coberta pela presente decisão, pelo período convencionado, apenas por referência às atividades concorrentes da Adquirida e respetivos mercados em território nacional à data da celebração do contrato na base da operação notificada e apenas vinculando os vendedores e cada um dos acionistas da vendedora ISP ou pessoas em relação de grupo com os mesmos, nos termos do n.º 2 do artigo 3.º da Lei da Concorrência.
23. Em relação à obrigação de não angariação enunciada em § 20 *supra*, a mesma é apenas parcialmente considerada uma restrição diretamente relacionada e necessária à realização da operação notificada.
24. Assim, está coberta pela presente decisão, pelo período convencionado, apenas vinculando os vendedores e cada um dos acionistas da vendedora ISP ou pessoas em relação de grupo com os mesmos, nos termos do n.º 2 do artigo 3.º da Lei da Concorrência e apenas por referência, para além de clientes ou fornecedores, a empregado, contratado, executivo ou acionista minoritário essencial, à data da celebração do contrato na base da operação notificada, nomeadamente pelo seu saber-fazer, para a preservação do valor integral da Adquirida.¹⁰

4. AUDIÊNCIA PRÉVIA

25. Nos termos do n.º 3 do artigo 54.º da Lei da Concorrência, foi dispensada a audiência prévia da Notificante, dada a ausência de terceiros interessados e o sentido da decisão, que é de não oposição.

5. DELIBERAÇÃO DO CONSELHO

26. Face ao exposto, o Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência, no uso da competência que lhe é conferida pela alínea d) do n.º 1 do artigo 19.º dos Estatutos, aprovados pelo Decreto-Lei n.º 125/2014, de 18 de agosto, delibera adotar uma decisão de não oposição à operação notificada, nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 50.º da Lei da Concorrência, uma vez que a mesma não é suscetível de criar entraves significativos à concorrência efetiva no mercado nacional ou numa parte substancial deste.

⁹ “[Confidencial – Informação Contratual].”

¹⁰ Cf. Linhas de Orientação, §§ 41-70 e 71-77.

Lisboa, 25 de setembro de 2026

O Conselho de Administração da Autoridade da Concorrência,

X

Nuno Cunha Rodrigues
Presidente

X

Miguel Moura e Silva
Vogal

X

Ana Sofia Rodrigues
Vogal

Índice

1.	OPERAÇÃO NOTIFICADA	2
2.	MERCADOS RELEVANTES e AVALIAÇÃO JUSCONCORRENCIAL	2
3.	CLÁUSULAS RESTRITIVAS ACESSÓRIAS.....	4
4.	AUDIÊNCIA PRÉVIA	5
5.	DELIBERAÇÃO DO CONSELHO	5