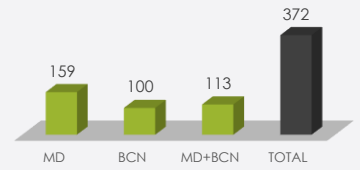


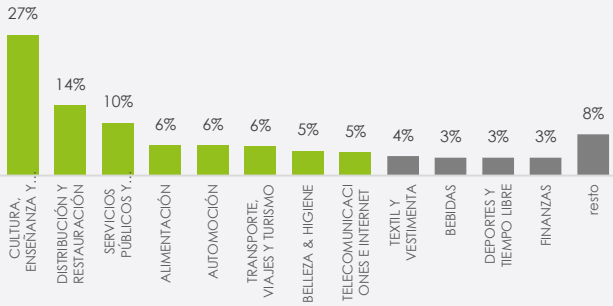


El mes de octubre ha registrado un total de **592** campañas en OOH.

**Madrid y Barcelona participan en el 63% de ellas.**



## Distribución de campañas por SECTOR



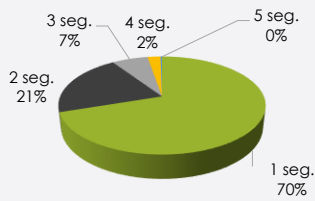
El mes de octubre presenta 8 sectores con una cuota igual o superior al 5% de las campañas. Los 3 primeros sectores continúan en la misma posición aunque con una participación inferior. En este mes, se incrementa el nº de sectores con baja cuota incrementando por tanto en 3 puntos la categoría Resto. Cambios significativos respecto a Septiembre: Desaparece "Objetos Personales" Ascienden posiciones "Alimentación", "Transporte, Viajes..." y Belleza e Higiene y Descienden "Textil y Vestimenta" y "Bebidas"

## ANUNCIANTES. TOP10

Por volumen de campañas destacan:

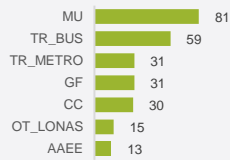


## Distribución de campañas por SEGMENTO



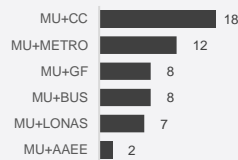
Se mantiene el **70%** de las campañas que utilizan exclusivamente 1 segmento. Suben 2 puntos las de dos segmentos.

### 1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva: **Mobiliario Urbano (31%)**

### 2 segmentos



El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: **71%** de las campañas

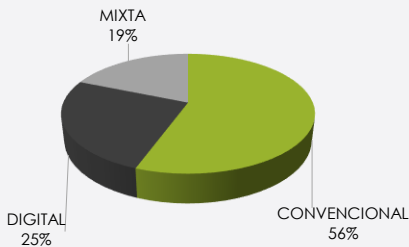
### 3 y + segmentos

El mobiliario urbano está presente en todas las campañas con 3 segmentos. En el mes de octubre se mantiene la tendencia de las campañas multisegmento, siendo 9 las que combinan 4 segmentos.

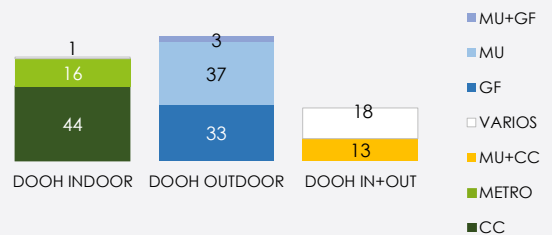
Por último hay una campaña que utiliza 5 segmentos y está presente en las dos ciudades.



## Distribución de campañas por tipo emisión



## 165 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **37%** son indoor, el **44%** outdoor y el **19%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive oct'22

