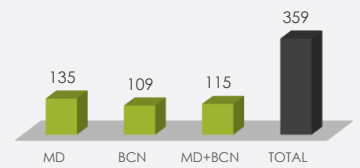


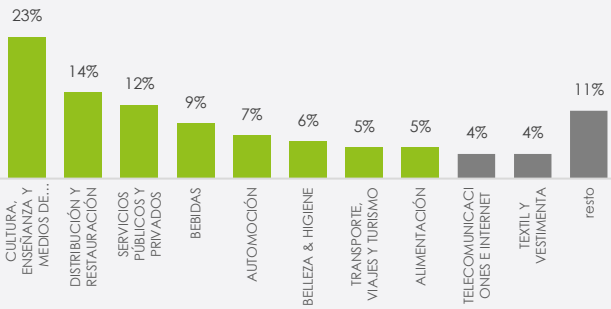


El mes de noviembre ha registrado un total de **527** campañas en OOH.

Madrid y Barcelona participan en el **68%** de ellas.



Distribución de campañas por SECTOR

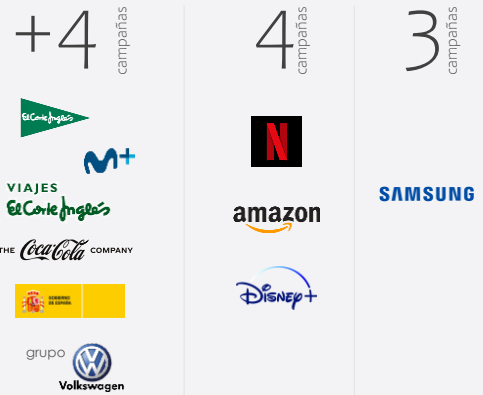


En noviembre 8 sectores tienen una cuota igual o superior al 5% de las campañas. Los 3 primeros sectores continúan en la misma posición. En el caso de "Cultura..." continúa la tendencia descendente, mientras que los otros se mantienen. Se incrementa nuevamente la categoría Resto que sube 3 puntos hasta el 11%.

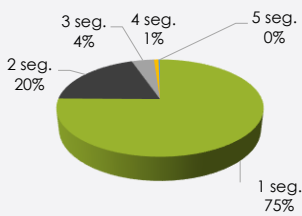
Cambios significativos respecto a Octubre: **Desaparece** "Deportes y Tiempo Libre" y "Finanzas". **Asciende** posiciones "Bebidas" (del 10 al 4) y **Desciende** "Alimentación" (del 4 al 8).

ANUNCIANTES. TOP 10

Por volumen de campañas destacan:

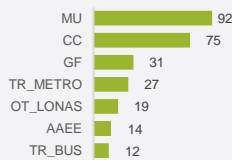


Distribución de campañas por SEGMENTO



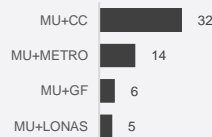
Asciende al **75%** el porcentaje de campañas que utilizan exclusivamente 1 segmento, en detrimento de las de 3 y 4 segmentos.

1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva:
Mobiliario Urbano (34%)

2 segmentos



El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: **81%** de las campañas

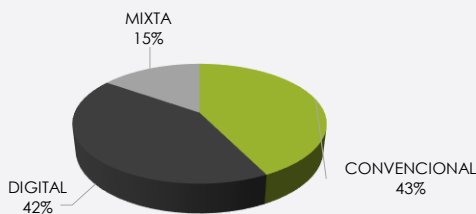
3 y + segmentos

El mobiliario urbano está presente en el 86% de las campañas con 3 segmentos. En el mes de noviembre, tan solo 3 campañas combinan 4 segmentos.

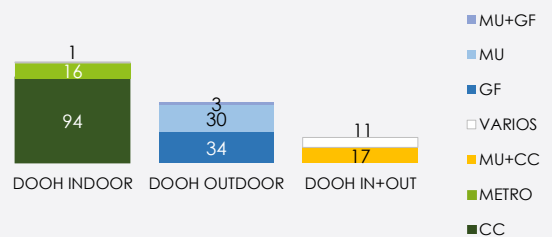
Por último hay una campaña que utiliza 5 segmentos y está presente en las dos ciudades: Renfe-Tu Tren



Distribución de campañas por tipo emisión



206 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **54%** son indoor, el **33%** outdoor y el **14%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive nv'22

