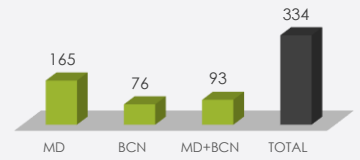


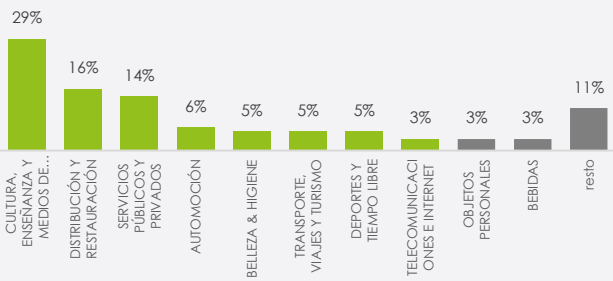


El mes de enero ha registrado un total de **496** campañas en OOH.

**Madrid y Barcelona** participan en el **67%** de ellas.



## Distribución de campañas por SECTOR



En enero 7 sectores tienen una cuota igual o superior al 5% de las campañas. Los 3 primeros sectores aglutinan el 59% de las campañas.

En el caso de "Cultura..." son 97 las campañas registradas con campaña en OOH.

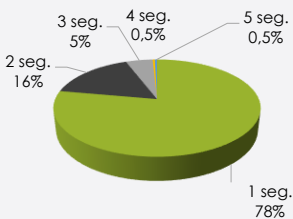
Con el 16% de cuota y 52 campañas se posiciona "Distribución y Restauración" y a 5 campañas de distancia destaca en tercera posición "SS. Públicos y privados".

## ANUNCIANTES. TOP 10

Por volumen de campañas destacan:

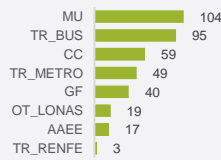


## Distribución de campañas por SEGMENTO



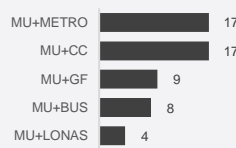
Asciende al **78%** el porcentaje de campañas que utilizan exclusivamente 1 segmento.

### 1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva:  
**Mobiliario Urbano (27%)**

### 2 segmentos



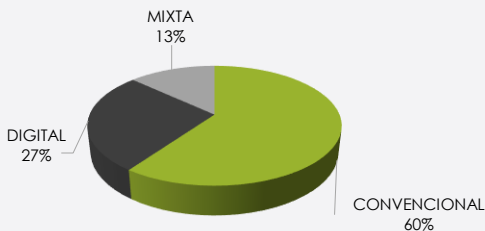
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: **68%** de las campañas

### 3 y + segmentos

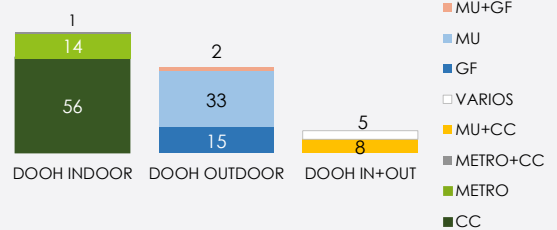
El mobiliario urbano está presente en el 80% de las campañas con 3 segmentos. En el mes de enero, tan solo 2 campañas combinan 4 segmentos.

Por último hay dos campañas que utilizan 5 segmentos, 4 de ellos coincidentes: Autobús, GF, Metro y MU.

## Distribución de campañas por tipo emisión



## 134 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **53%** son indoor, el **37%** outdoor y el **10%** in+out.



Fuente: OC24 estudio competitive en '23

