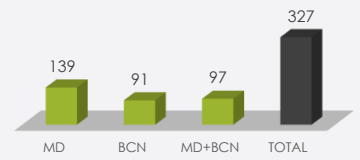


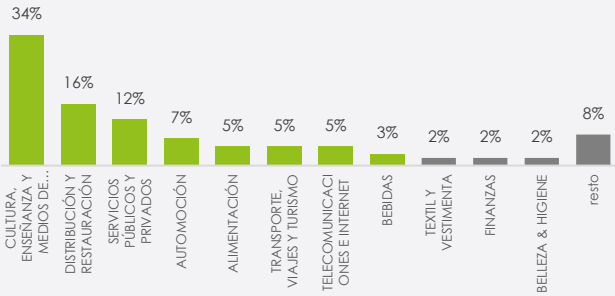


El mes de febrero ha registrado un total de **483** campañas en OOH.

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



## Distribución de campañas por SECTOR



En febrero 7 sectores tienen una cuota igual o superior al 5% de las campañas. Los 4 primeros sectores se mantienen en la misma posición concentrando el 69% de las campañas. Aún manteniendo la misma posición "Cultura..." y "Automoción" crecen en 5 y 1 punto porcentual respectivamente.

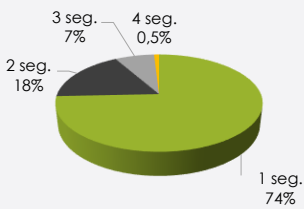
Cambios significativos respecto a enero: **Reaparece** "Alimentación", **Asciende** posiciones "Telecomunicaciones..." (del 8 al 7) y "Bebidas" (del 10 al 8), **Desciende** "Belleza..." (del 5 al 11).

## ANUNCIANTES. TOP 10

Por volumen de campañas destacan:

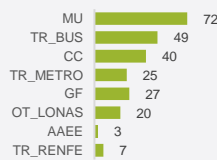


## Distribución de campañas por SEGMENTO



El **74%** de las campañas, utiliza exclusivamente 1 segmento, 4 puntos menos que en el mes de enero, aumentando las de 2 y 3 segmentos.

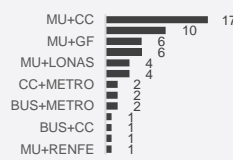
### 1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva:

**Mobiliario Urbano (30%)**

### 2 segmentos



El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: **84%** de las campañas

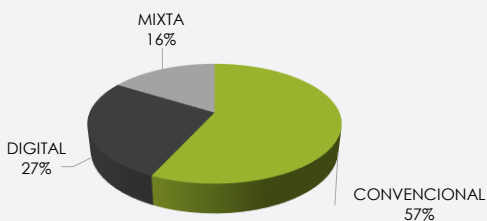
### 3 y + segmentos

El mobiliario urbano está presente en el 75% de las campañas con 3 segmentos.

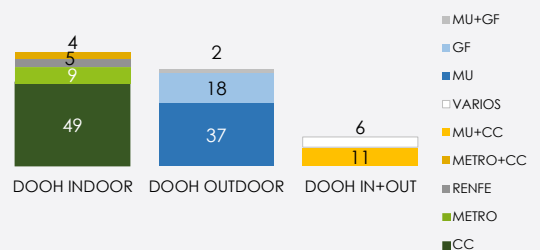
En el mes de febrero encontramos 3 campañas que combinan **4 segmentos** con los centros comerciales como denominador común.



## Distribución de campañas por tipo emisión



## 141 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **48%** son indoor, el **40%** outdoor y el **12%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive en '23

