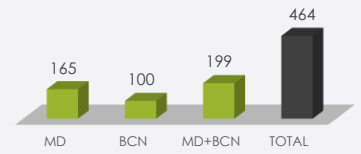


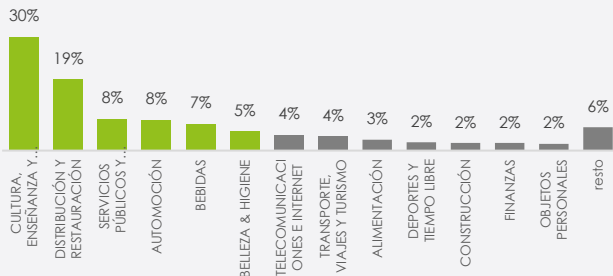


El mes de abril ha registrado un total de **689** campañas en OOH.

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



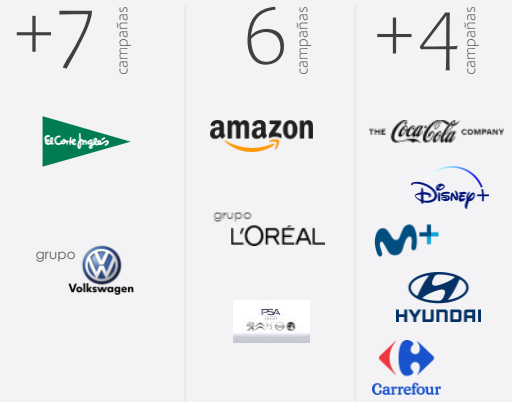
## Distribución de campañas por SECTOR



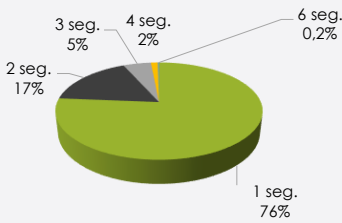
En abril 6 sectores tienen una cuota igual o superior al 5% de las campañas. Los 4 primeros sectores se mantienen en la misma posición concentrando el 65% de las campañas. Aún manteniendo la misma posición "Cultura..." crece 2 puntos y "Distribución..." aumenta 3 puntos. Cambios significativos respecto a marzo: **Asciende** posiciones "Bebidas..." (del 8 al 5). **Desciende** "Transporte". (del 5 al 8). **Reaparece** "Objetos personales" y **desaparece** "Textil y vestimenta".

## ANUNCIANTES. TOP 10

Por volumen de campañas destacan:

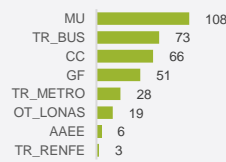


## Distribución de campañas por SEGMENTO



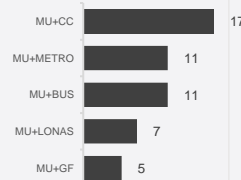
El **76%** de las campañas, utiliza exclusivamente 1 segmento, 5 puntos más que en el mes de marzo, disminuyendo las de 2 segmentos (-4 puntos).

### 1 segmento



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

### 2 segmentos



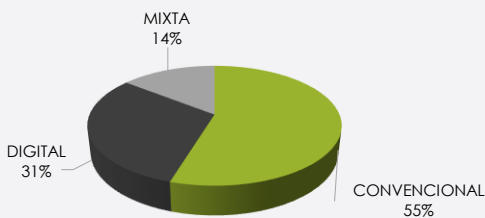
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 65% de las campañas

### 3 y + segmentos

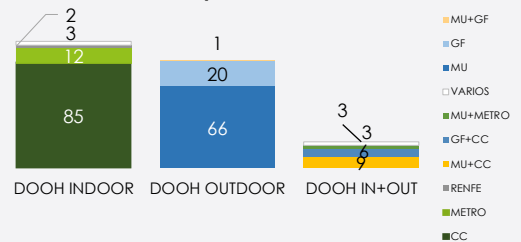
El mobiliario urbano está presente en el 75% de las campañas con 3 segmentos. En el mes de abril se han registrado menos campañas (-42%) de 4 y más segmentos que en marzo: son 6 las campañas que combinan **4 segmentos** y se mantiene la campaña de marzo con **6 segmentos**.



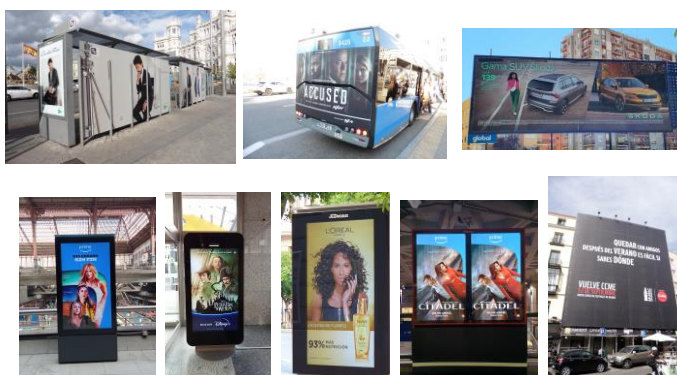
## Distribución de campañas por tipo emisión



## 210 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **49%** son indoor, el **41%** outdoor y el **10%** in+out.



Fuente: OC24 estudio competitivo ab'23

