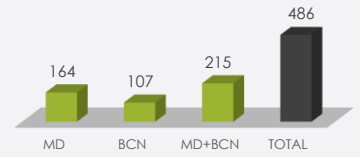


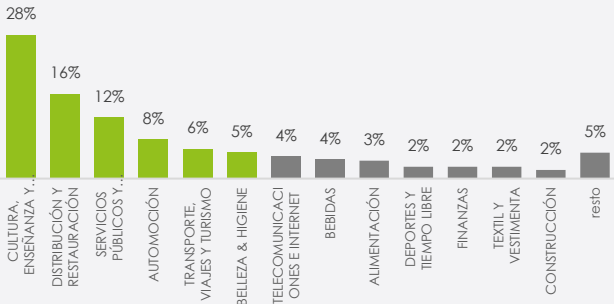


El mes de marzo ha registrado un total de **732** campañas en OOH.

Madrid y Barcelona participan en el 66% de ellas.



Distribución de campañas por SECTOR

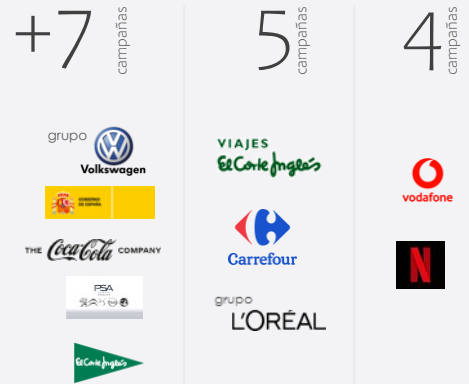


En marzo 6 sectores tienen una cuota igual o superior al 5% de las campañas. Los 4 primeros sectores se mantienen en la misma posición concentrando el 64% de las campañas. Aún manteniendo la misma posición "Cultura..." decrece 6 puntos y "Automoción" crece en 1 punto porcentual.

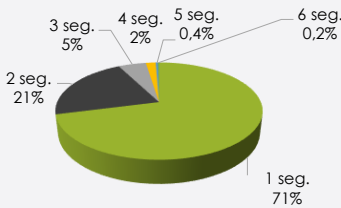
Cambios significativos respecto a febrero: **Asciede** posiciones "Belleza..." (del 11 al 6) y "Transporte" (del 6 al 5). **Desciende** "Alimentación". (del 5 al 9). **Reaparecen** "Deportes..." y "Construcción".

ANUNCIANTES. TOP 10

Por volumen de campañas destacan:

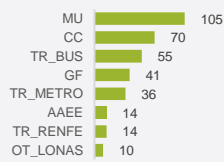


Distribución de campañas por SEGMENTO



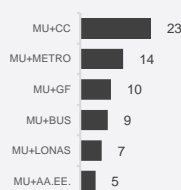
El **71%** de las campañas, utiliza exclusivamente 1 segmento, 3 puntos menos que en el mes de febrero, aumentando las de 2 segmentos (+3 puntos).

1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva:
Mobiliario Urbano (30%)

2 segmentos



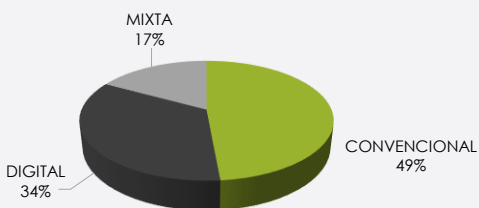
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 65% de las campañas

3 y + segmentos

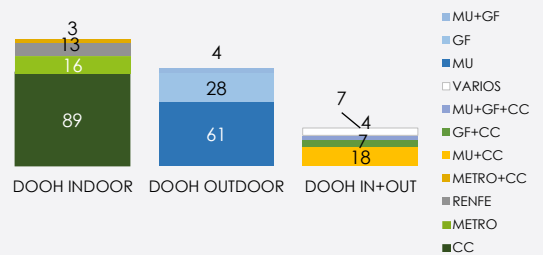
El mobiliario urbano está presente en el 92% de las campañas con 3 segmentos.
En el mes de marzo se experimenta un incremento en las campañas de 4 y más segmentos respecto a febrero: se multiplican por 3 las campañas que combinan **4 segmentos** y se registran 2 campañas con **5 y 1 con 6 segmentos**.



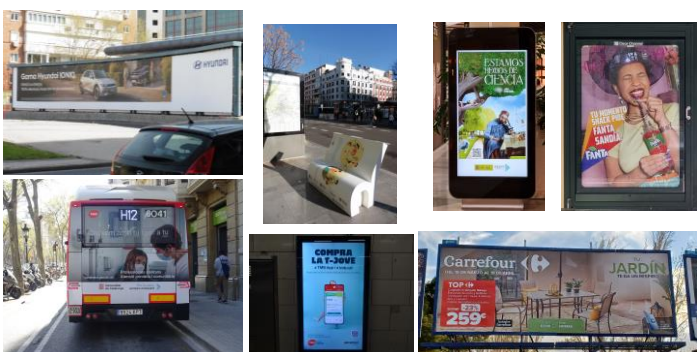
Distribución de campañas por tipo emisión



250 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **49%** son indoor, el **37%** outdoor y el **14%** in+out.



Fuente: OC24 estudio competitive mar'23

