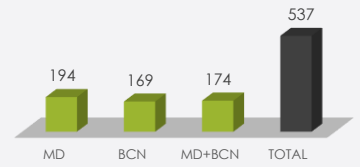
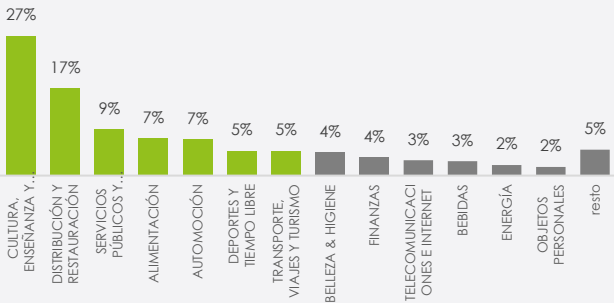


El mes de octubre ha registrado un total de **826** campañas en OOH.

Madrid y Barcelona participan en el **65%** de ellas.



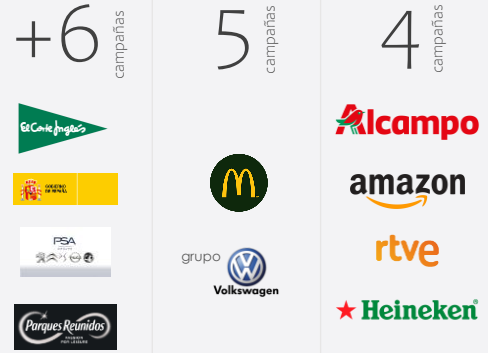
Distribución de campañas por SECTOR



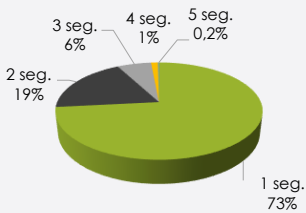
En octubre ascienden a 7 la cifra de sectores con el 5% o más de campañas respecto al mes anterior. Cambios significativos respecto a septiembre: "Automoción" y "Deportes..." intercambian sus posiciones pasando a ser 5º y 6º respectivamente. **Ascienden** "Transportes..." 3 posiciones pasando al puesto 7 y "Finanzas" (del 9 al 11). **Descienden** "Telecomunicaciones..." (del 7 al 10) y "Bebidas" al puesto 11 (continúa cayendo: en agosto ocupaba el 4º y en septiembre el 8º).

ANUNCIANTES. TOP 10

Por volumen de campañas destacan:

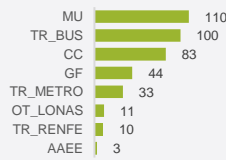


Distribución de campañas por SEGMENTO



Las campañas con un segmento mantienen la primera posición con un punto más que en septiembre. Las campañas con 2 segmentos crecen 1 punto. Reaparecen las campañas de 5 segmentos.

1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva: **Mobiliario Urbano (28%)**

2 segmentos



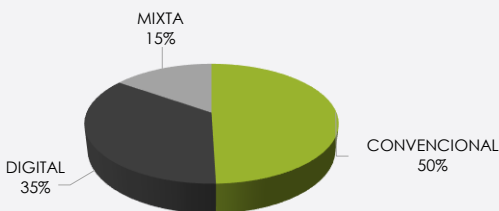
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 66% de las campañas.

3 y + segmentos

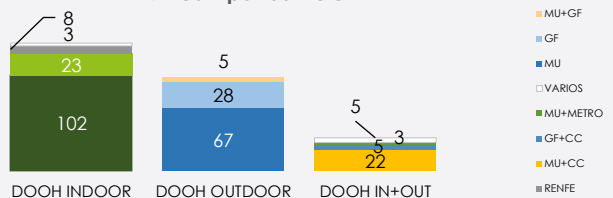
El mobiliario urbano está presente en el 68% de las campañas con 3 segmentos. Se registran 7 campañas con 4 segmentos, y en el 86% de ellas se emplea Mobiliario Urbano. Se registra una campaña con 5 segmentos: C.C.+G.F.+M.U.+Otros+Renfe:



Distribución de campañas por tipo emisión



271 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **50%** son indoor, el **37%** outdoor y el **13%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive oc'23

