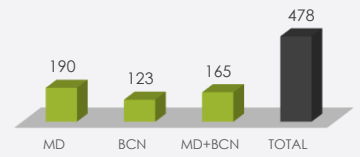
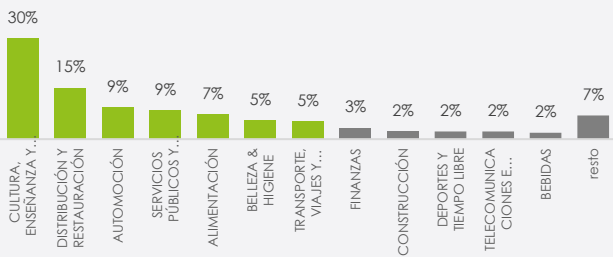


El mes de febrero ha registrado un total de **742** campañas en OOH.

**Madrid y Barcelona** participan en el **64%** de ellas.



**Distribución de campañas por SECTOR**



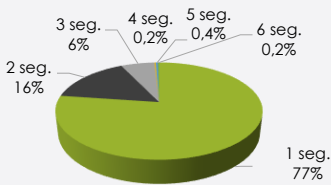
En febrero aumenta hasta 7 el número de sectores con el 5% o más de campañas. Cambios significativos respecto a enero: "Alimentación" **asciende** hasta la quinta posición, incrementando 3 puntos porcentuales. "Cultura..." mantiene la primera posición, subiendo 1 punto y "Distribución..." también mantiene la segunda posición a pesar de perder 3 puntos en beneficio de Automoción y Servicios Públicos que aumentan 2 puntos.

**ANUNCIANTES. TOP10**

Por volumen de campañas destacan:

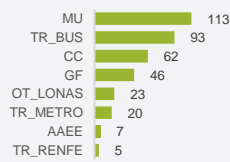


**Distribución de campañas por SEGMENTO**



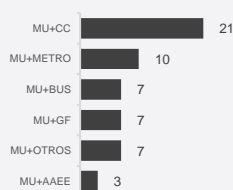
En febrero las campañas con un segmento continúan en primera posición con 2 puntos menos que el mes anterior. Repuntan ligeramente las campañas con 2 segmentos, que continúan en segunda posición y reaparecen las campañas que combinan 6 segmentos.

**1 segmento**



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

**2 segmentos**



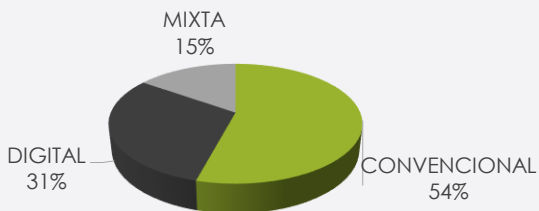
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 73% de las campañas.

**3 y + segmentos**

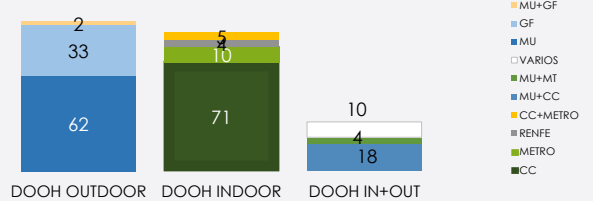
El mobiliario urbano está presente en el 87% de las campañas con 3 segmentos. Se registran 1 campaña con 4 segmentos y 2 combinando 5 segmentos. Ha habido 1 campaña que combina 5 segmentos: Samsung Galaxy S24 Ultra.



**Distribución de campañas por tipo emisión**



**219 campañas DOOH**



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **44%** son outdoor, el **41%** son indoor y el **15%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive feb '24

