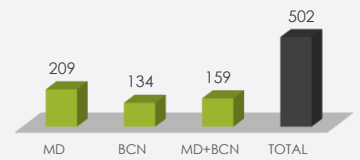
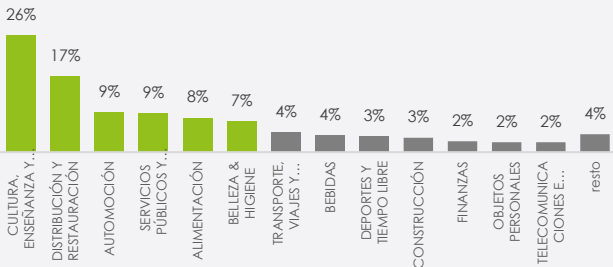


El mes de marzo ha registrado un total de **758** campañas en OOH.

Madrid y Barcelona participan en el 66% de ellas.



Distribución de campañas por SECTOR



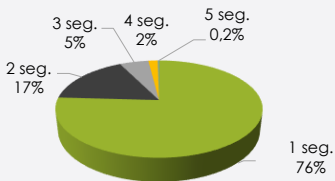
6 sectores presentan una cuota con el 5% o más de campañas. Se mantiene el ranking de los primeros sectores respecto al mes anterior. Aunque mantienen la primera y segunda posición, cabe destacar el descenso en cuanto a número de campañas de "Cultura..." 4 puntos menos que en febrero y el incremento de 2 puntos de "Distribución...". Suben también en cuota de participación "Alimentación" y "Belleza e Higiene".

ANUNCIANTES. TOP10

Por volumen de campañas destacan:

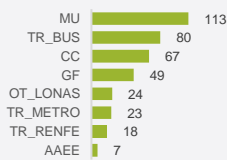


Distribución de campañas por SEGMENTO



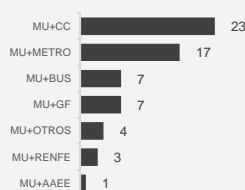
En marzo las campañas con un segmento continúan en primera posición con 1 punto menos que el mes anterior. Las campañas con 2 segmentos mantienen la segunda posición con un punto menos de cuota y desaparecen las campañas que combinan 6 segmentos.

1 segmento



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

2 segmentos



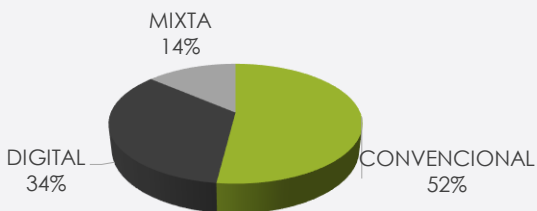
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 74% de las campañas.

3 y + segmentos

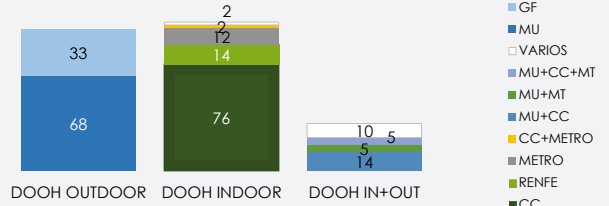
El mobiliario urbano está presente en el 70% de las campañas con 3 segmentos. Se registran 9 campañas con 4 segmentos, 8 más que en febrero. Y una campaña que combina 5 segmentos: Cazafantasmas Imperio Helado.



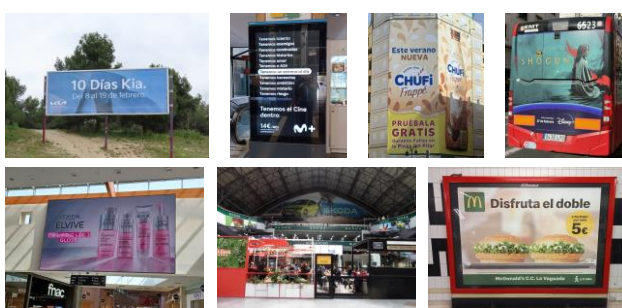
Distribución de campañas por tipo emisión



241 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **44%** son indoor, el **42%** son outdoor y el **14%** in+out.



Fuente: OC24 estudio competitive mar '24

