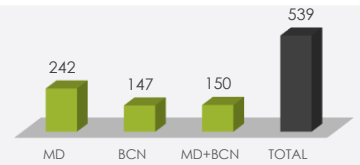
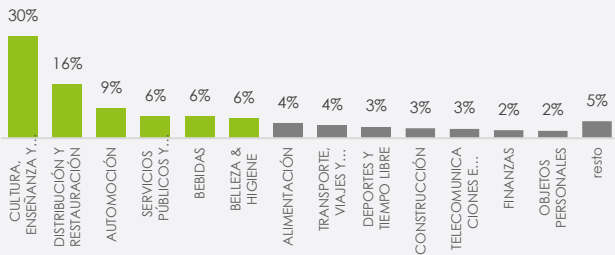


El mes de abril ha registrado un total de **807** campañas en OOH.

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



## Distribución de campañas por SECTOR



Los tres primeros sectores del ranking mantienen su posición, si bien destaca "Cultura..." que registra 33 campañas más que en marzo alcanzando 4 puntos más de cuota. "Automoción" continúa en tercer puesto ampliando la distancia con "SS. Públicos y Privados" que pierde 3 puntos respecto al mes anterior.

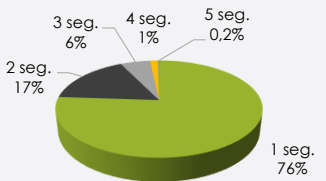
"Bebidas" es el sector que más crece pasando del octavo al 5º puesto (+2 puntos) y "Alimentación" se posiciona en séptimo lugar perdiendo 2 puestos en comparación con las campañas registradas en marzo.

## ANUNCIANTES. TOP10

Por volumen de campañas destacan:

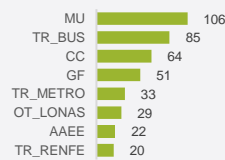


## Distribución de campañas por SEGMENTO



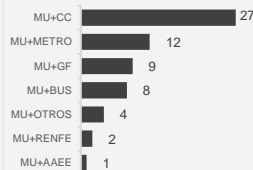
En abril continúa la tendencia y las campañas de 1 segmento mantienen el 1er. puesto con la misma cuota que en marzo, lo mismo sucede con las campañas con 2 segmentos. Las campañas de 3 segmentos crecen 1 punto que pierden las que combinan 4 segmentos.

### 1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva es: **Mobiliario Urbano (26%)**

### 2 segmentos



El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 70% de las campañas.

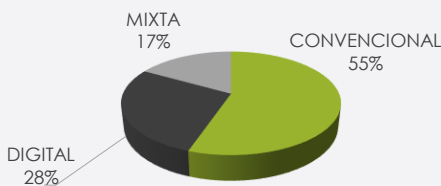
### 3 y + segmentos

El mobiliario urbano y metro son los formatos con mayor presencia en las campañas con 3 segmentos, con 10 campañas cada uno.

Se registran 8 campañas con 4 segmentos. Y una campaña que combina 5 segmentos: Mc Donald's X Manuel Turizo y X Saiko

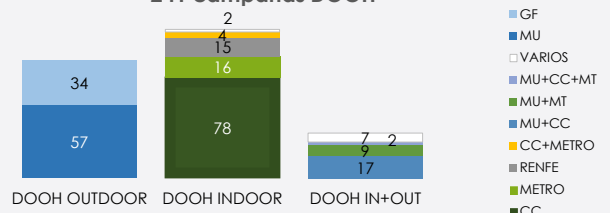


## Distribución de campañas por tipo emisión



Las campañas de emisión convencional lideran la cuota con el **55%** (3 puntos más que en marzo) y las mixtas suben 3 puntos también, en detrimento de las campañas exclusivamente DOOH que bajan 6 puntos hasta el **28%**.

## 241 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **48%** son indoor, el **38%** son outdoor y el **14%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive ab '24

