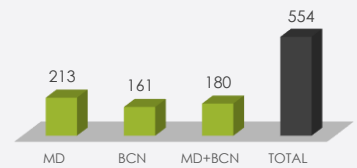
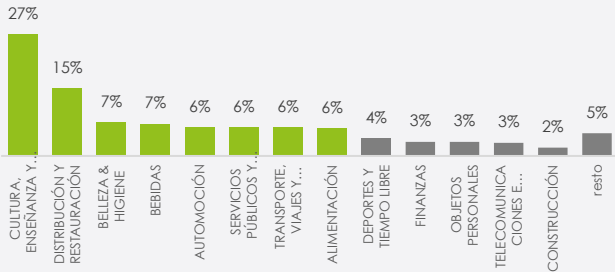


El mes de mayo ha registrado un total de **829** campañas en OOH.

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



**Distribución de campañas por SECTOR**



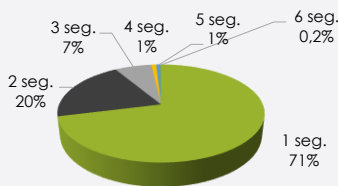
Por primera vez en el año irrumpe en la tercera posición "Belleza..." registrando un 7% del total de las campañas. Los dos primeros sectores del ranking mantienen su posición respecto al mes anterior. Otra de las novedades de mayo es que el 4º puesto es ocupado por primera vez por "Bebidas", desplazando a "Automoción" a la 5ª posición. Destaca la caída del sector "SS. Públicos y Privados" hasta el 6º puesto, aunque continúa manteniendo su cuota respecto a abril (6%), de las campañas.

**ANUNCIANTES. TOP10**

Por volumen de campañas destacan:

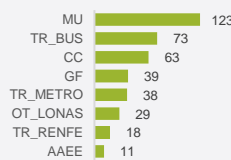
<p>6 y+ campañas</p> <p>grupo L'ORÉAL</p> <p>THE Coca-Cola COMPANY</p> <p>M+</p> <p>Unilever</p>	<p>5 campañas</p> <p>GRUPO BIMBO</p> <p>PSA</p> <p>Cadbury Schweppes</p>	<p>4 campañas</p> <p>Damm</p> <p>MAHOU SANMIGUEL</p> <p>grupo Volkswagen</p>
--	--	--

**Distribución de campañas por SEGMENTO**



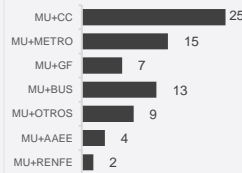
Las campañas que emplean 1 segmento pierden 5 puntos de cuota respecto al mes anterior, aunque mantienen la primera posición. Las campañas con 2 segmentos continúan estables. Las campañas de 3 segmentos crecen 1 punto y reaparecen las campañas que combinan 6 segmentos.

**1 segmento**



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

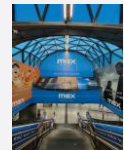
**2 segmentos**



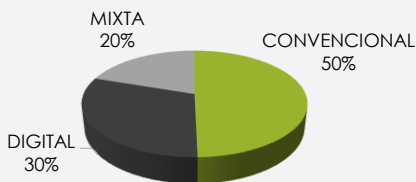
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: **67%** de las campañas.

**3 y + segmentos**

Mobiliario Urbano es el formato con mayor presencia en las campañas con 3 segmentos, con 30 campañas. Se registran 5 campañas con 4 segmentos, 4 campañas con 5 segmentos y una campaña con 6: HBO Max - Mucho más a ver

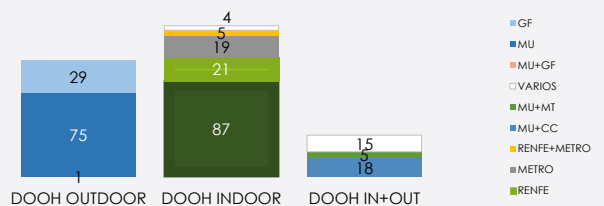


**Distribución de campañas por tipo emisión**



Las campañas convencionales continúan en primer puesto a pesar de perder 5 puntos de cuota respecto a abril. Estos 5 puntos se distribuyen entre las campañas de emisión mixta y digital suben 3 y 2 puntos respectivamente

**279 campañas DOOH**



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **49%** son indoor, el **38%** son outdoor y el **13%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive my '24

