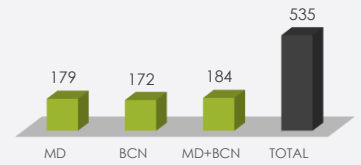
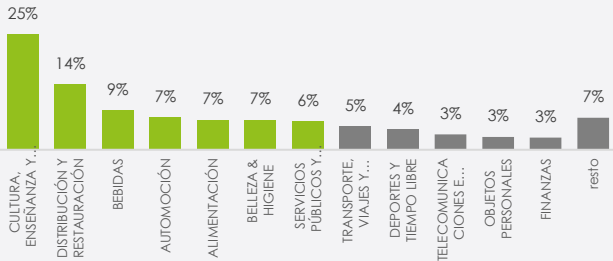


El mes de junio ha registrado un total de **803** campañas en OOH.

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



Distribución de campañas por SECTOR



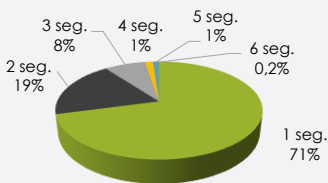
"Cultura..." y "Distribución..." mantienen la primera y segunda posición respectivamente. "Bebidas" continúa creciendo y alcanza el tercer puesto con un 9% de cuota (+2 puntos respecto a mayo). Ascenden respecto al mes anterior: "Automoción" al cuarto puesto, con +1% de cuota y "Alimentación" al quinto puesto, desde el octavo mientras que "SS. Públicos y Privados" y "Belleza..." descienden posiciones, aunque mantienen cuota.

ANUNCIANTES. TOP10

Por volumen de campañas destacan:

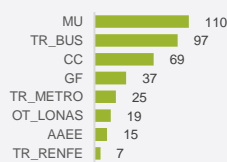


Distribución de campañas por SEGMENTO



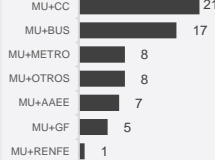
La distribución se mantiene constante respecto al mes de mayo. Continúan liderando el ranking las campañas que con 1 segmento. La única variación es de 1% de cuota que pierden las campañas de 2 segmentos en favor de las de 3.

1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva es: **Mobiliario Urbano (29%)**

2 segmentos



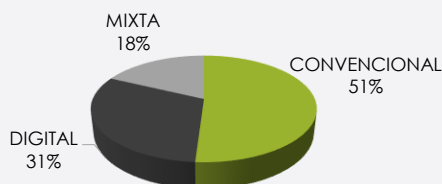
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: 66% de las campañas.

3 y + segmentos

Mobiliario Urbano es el formato con mayor presencia en las campañas con 3 segmentos, con 34 campañas. Se registran 8 campañas con 4 segmentos, 3 más que en mayo y 5 campañas con 5 segmentos. La campaña de Sky Showtime "Yellowstone" es la única que combina 6 segmentos:

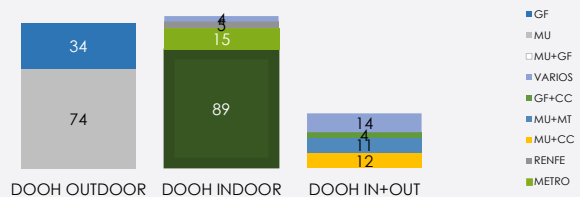


Distribución de campañas por tipo emisión



Las campañas Convencionales mantienen la primera posición creciendo 1 punto respecto al mes de mayo. Las Digitales crecen también 1 punto, siendo las campañas de emisión Mixta las que descienden 2 puntos.

262 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **43%** son indoor, el **41%** son outdoor y el **16%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive.jn'24

