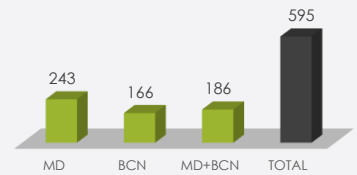
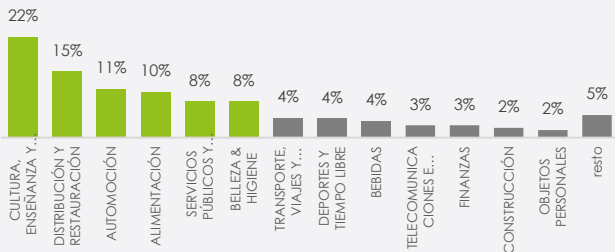


El mes de octubre ha registrado un total de **925** campañas en OOH.

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



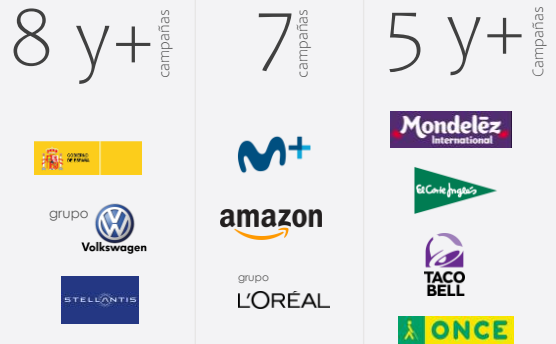
Distribución de campañas por SECTOR



A pesar de aumentar el número de campañas se mantienen todas las posiciones de los sectores respecto al mes de septiembre. Son varios los sectores que aumentan su cuota tomando como referencia el mes anterior: "Cultura..." crece 3 puntos y "Automoción", "Alimentación" y "Belleza..." 2 puntos cada uno. El resto de sectores mantienen tanto su cuota como su posición.

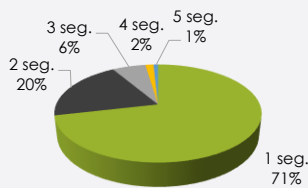
ANUNCIANTES. TOP10

Por volumen de campañas destacan:



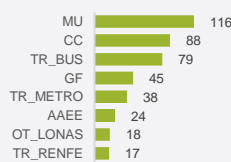
Mobiliario Urbano es el segmento más empleado en las campañas de 3 y 4 segmentos con un 70% y 78% respectivamente.

Distribución de campañas por SEGMENTO



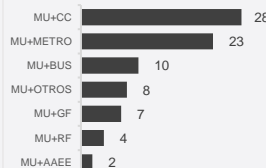
Las campañas de 1, 2 y 3 segmentos se mantienen en el TOP3 con cuotas muy similares a las de septiembre. Reaparecen las campañas que combinan 5 segmentos.

1 segmento



Segmento más utilizado en exclusiva es: **Mobiliario Urbano (27%)**

2 segmentos



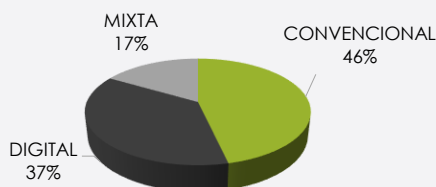
El **mobiliario urbano** es el segmento más utilizado para combinar con otro: **69%** de las campañas.

3 y + segmentos

Mobiliario Urbano es el segmento más empleado en las campañas de 3 y 4 segmentos con un 70% y 78% respectivamente. "IFEMA", "AMC+", "Sony", "Iberdrola" y "Vueling" destacan por su presencia en más de 5 segmentos de OOH reforzando su posicionamiento.

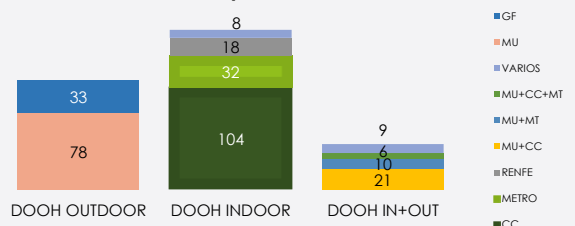


Distribución de campañas por tipo emisión



Las campañas Digitales crecen 2 puntos respecto a septiembre, aunque continúan en segunda posición. Estos 2 puntos los pierden las campañas Convencionales, aunque siguen en 1er. puesto. Las campañas Mixtas mantienen su cuota respecto al mes anterior.

319 campañas DOOH



Del total de campañas que llevan soportes digitales, el **51%** son indoor, el **35%** son outdoor y el **13%** in+out.

Fuente: OC24 estudio competitive sp '24

