

## TRASPARENZA E DIRITTI DI INTERMEDIAZIONE

Ogni campagna pubblicitaria coinvolge potenzialmente un elevato numero di parti e di conseguenza, una serie di contratti e di accordi tariffari diversi fra le stesse. Ogni campagna è diversa e può coinvolgere, fra gli altri, alcuni o tutti gli advertiser, le agenzie pubblicitarie, i poster specialist e le società che si occupano di pubblicità outdoor. Il rapporto fra le suddette parti sarà regolato da una serie di contratti e di accordi bilaterali.

Generalmente, le società che si occupano di pubblicità outdoor offrono commissioni sulla spesa pubblicitaria totale alle agenzie pubblicitarie e ai poster specialist. In pratica, le suddette commissioni possono essere diverse fra le società che si occupano di pubblicità outdoor e derivare da accordi presi con le agenzie pubblicitarie e i poster specialist.

Oltre alle suddette commissioni, in alcuni casi i poster specialist o le agenzie media potrebbero richiedere alle società che si occupano di pubblicità outdoor, compresa Clear Channel, di applicare ulteriori diritti di intermediazione sui grandi quantitativi, relativi soprattutto al volume di business generato dai poster specialist in un determinato periodo contrattuale (di norma un anno solare). Tali accordi possono variare fra le società che si occupano di pubblicità outdoor e i poster specialist e le agenzie media. Gli accordi stretti dalle società del Gruppo Clear Channel con i poster specialist e le agenzie media, ivi inclusi gli ulteriori diritti di intermediazione, potrebbero rappresentare per alcuni specialist e agenzie media una percentuale del valore annuo di ogni ordine concluso con le società del Gruppo Clear Channel da tali clienti.