

<p style="text-align: center;">CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE LA VILLE DE BRUXELLES ET FIVE OH</p>
--

Entre :

L'agence de promotion et marketing digital et classique Five OH (BE0673920861), dont le siège social est établi au 367 chaussée d'Alseberg à 1190 Forest, et valablement représentée aux fins de la présente par Laetitia Van Hove, [gérante de Five Oh], ci-après dénommé la structure,

En exécution des statuts de Laetitia Van Hove SPRL, publiés au Moniteur Belge le 17 avril 2017.

Dénommée ci-après la Structure,

Et

La Ville de Bruxelles,

Ici, représentée par son Collège des Bourgmestre et Echevins au nom duquel agissent Monsieur Philippe Close, Bourgmestre, et Madame Delphine Houba, Echevine de la culture, du tourisme et des grands événements et Monsieur Luc Symoens, Secrétaire Communal, conformément à la décision du Collège du et du Conseil Communal du

Adresse : Hôtel de Ville, Grand-Place à 1000 Bruxelles,

dénommée ci-après la Ville,

IL EST EXPOSE CE QUI SUIT :

Considérant l'émergence importante des artistes bruxellois et la participation active de l'agence Five Oh dans la notoriété des artistes en question, qui dispose d'un panel d'artistes d'une grande notoriété, repris sur leur site internet, en exclusivité, dont il en assure la promotion.

Considérant que l'agence créative de RP dans la musique Five Oh représente des artistes de styles et genres différents (rock, electro, pop, jazz, hiphop, punk, saoul) et a pour but de les mettre en avant via des campagnes auprès des médias et des personnes clefs dans le milieu afin de faire rayonner leurs projets musicaux.

Considérant que l'agence ne perçoit aucune rémunération quant au nombre de disques vendus, de streams, de places de concert. En effet, leur travail consiste à faire la promotion des artistes et à créer une stratégie dans ce domaine avec ceux-ci.

Considérant qu'ils ont acquis une réelle et solide réputation dans le milieu musical professionnel belge mais aussi international.

Considérant l'intérêt de la Ville à bénéficier de cette notoriété pour améliorer son image en faisant valoriser la popularité des artistes qui mettraient en avant la Ville de Bruxelles à travers diverses campagnes

Considérant de ce fait les retombées en termes d'image pour la Ville de Bruxelles sur les aspects multiculturels, d'éducation et de convivialité ;

Considérant la volonté de la Ville de développer l'attrait touristique du centre-ville ainsi que sa visibilité dans les secteurs culturels, en utilisant l'image d'artistes qui valoriserait la Ville à travers des campagnes organisées en partenariat avec la Cellule communication ;

Considérant la volonté de la Ville de fédérer des ambassadeurs musicaux autour d'un projet permettant d'améliorer la visibilité de la Ville de Bruxelles ;

Considérant l'intérêt de la Ville à faire progresser l'attractivité et le nombre de visiteurs sur ses réseaux sociaux, la création des campagnes #BXLovesMusic constitue un atout dans cette stratégie.

La Ville de Bruxelles et l'agence Five Oh ont décidé de s'associer afin de créer une collaboration portant sur la réalisation de campagnes d'affichage et sur les réseaux sociaux.

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

Article 1 : objet

La présente convention a pour objet de définir les modalités du partenariat entre la Ville de Bruxelles et la Structure en ce qui concerne l'édition 2020 du programme de la campagne BXLovesMusic.

Article 2 : engagements de la Structure

La Structure s'engage à :

- Respecter la charte graphique ;
- Mettre en place un calendrier éditorial en lien avec la création de contenus nécessaires à la réalisation des campagnes de communication, à avoir les interviews d'artistes, la création du copy et des visuels du contenu sur les affiches, la création du copy et des visuels des réseaux sociaux et la création du copy et des visuels de la page web officielle de BXLovesMusic, ainsi que la diffusion mensuelle sur ces différents canaux ;

Le contenu rédactionnel (calendrier éditorial) sera établi en collaboration avec les représentants de la Cellule Communication le mois qui précède les publications et validé au plus tard 15 jours avant la publication. Le processus de validation est le suivant : établissement du calendrier éditorial reprenant les dates de publication et le contenu des publications ; soumission du calendrier éditorial pour validation à la cellule communication de la Ville, aux représentants de la Structure et à la Cellule communication de la Ville de Bruxelles ; après validation définitive des publications, programmation des dites publications sur les supports mentionnés précédemment. Les publications qui ne seraient pas validées 15 jours avant la publication prévue feront l'objet d'une décision de suspension ou de suppression de la publication.

- Créer et gérer le site internet visant à faire la promotion des campagnes BXLovesMusic, en respectant la charte graphique commune et avec une validation préalable de la Cellule Communication avant la mise en ligne du site internet.
- Gérer la communication sur le site internet suivant le calendrier éditorial établi et validé, avec une validation préalable des représentants de la Cellule Communication avant toute diffusion sur le site internet.
- Contribuer à la promotion de la campagne BXLove, déjà créée utilisée par la Ville de Bruxelles, sous la déclinaison BXLovesMusic via un apport musical et une communication des artistes à l'égard de la Ville, dans les supports de communication prévus et déterminés au préalable en collaboration avec la Ville de Bruxelles ;
- Donner libre accès aux représentants des services de la Ville sur les lieux de différents événements musicaux en lien avec les campagnes ainsi que leurs accorder toutes les facilités afin de pouvoir accomplir leur mission de communication ; sous réserve de l'acceptation du promoteur local de l'artiste et de son management.
- La Structure s'engage à s'abstenir de nuire à l'image de la Ville ou à porter préjudice à celle-ci de quelques manières que ce soit.

Article 3 : engagements de la Ville

Promotion de la campagne et diffusion de la communication

Outre le savoir-faire de la Cellule communication (graphisme, réflexion stratégique et community management), la Ville s'engage à promouvoir la campagne par le biais des supports suivants pour assurer la diffusion des campagnes décrites ci-dessus :

- l'affichage papier de 2m²
 - du 30/06 au 06/07/2020
 - du 28/07 au 03/08/2020
 - du 25/08 au 31/08/2020
 - du 22/09 au 28/09/2020
 - du 27/10 au 02/11/2020
 - du 24/11 au 30/11/2020
 - du 22/12 au 28/12/2020
- l'affichage dynamique appelé *City Play*
 - du 23/06 au 30/06/2020
 - du 22/07 au 31/07/2020
 - du 23/08 au 31/08/2020
 - du 20/09 au 26/09/2020
 - du 22/10 au 31/10/2020
 - du 22/11 au 30/11/2020
 - du 20/12 au 31/12/2020
- l'affichage dynamique dénommé *Iconic*
 - du 23/06 au 30/06/2020
 - du 22/07 au 31/07/2020

- du 22/08 au 31/08/2020
 - du 21/09 au 30/09/2020
 - du 22/10 au 31/10/2020
 - du 22/11 au 30/11/2020
 - du 22/12 au 31/12/2020
- les réseaux sociaux (*Facebook* et *Instagram*) de la Ville en concordance avec les campagnes d'affichages programmées (voir ci-dessus). Les publications seront faites par la Cellule Communication suivant le calendrier éditorial validé au préalable (voir article. 2 § 2).
 - le compte *Instagram* *BXLovesMusic*, créé spécifiquement dans le cadre de la campagne *BXLovesMusic*, en concordance avec les campagnes d'affichages programmés (voir ci-dessus). Les publications seront faites et publiées par la Cellule Communication suivant le calendrier éditorial validé au préalable (voir article 2 § 2).

Dans le cadre de ces diffusons, à travers des adaptations de supports de communication en vidéo, la Ville (par le biais de la Cellule communication) s'engage à créer, en concertation avec la Structure, des spots pour les écrans *City Play*, *Iconic* ainsi pour le site internet et les réseaux sociaux.

La Ville s'engage également à vérifier et valider le contenu rédactionnel en français et en néerlandais pour l'ensemble des supports de communication, en ce compris les supports digitaux telles que les publications sur les réseaux sociaux.

Elle vérifiera aussi le calendrier éditorial pour l'ensemble des supports de communication, en ce compris les supports digitaux telles que les publications sur les réseaux sociaux et sur le site internet géré par la Structure (voir art. 2 §2, §3 et §4).

Article 4 : engagements communs aux deux parties

Les deux parties prenantes de cette convention s'engagent à respecter ladite convention et à se comporter de manière responsable.

Leur engagement commun est :

- Établissement et rédaction d'une charte graphique commune.
- Vérification et validation de l'ensemble des supports de communication, en ce compris les supports digitaux telles que les publications sur les réseaux sociaux et sur le site internet créé et géré par la Structure.
- Rédaction, validation et suivi du calendrier éditorial pour les différents réseaux sociaux.
- Organisation d'une réunion d'évaluation sur base trimestrielle.

Article 5 : conditions de subventionnement

La Ville, par le biais de l'échevinat de la culture, du tourisme et des grands événements, accorde une subvention de 9.500 euros pour l'organisation de l'édition 2020 de ces campagnes.

La subvention est accordée conformément aux dispositions de la loi du 14 novembre 1983 relative au contrôle de l'octroi et de l'emploi de certaines subventions.

Elle doit être utilisée aux fins pour lesquelles elle a été octroyée et le bénéficiaire devra justifier de son emploi dans les 24 mois de la réception du subside

A défaut de produire les pièces justificatives dans les délais, ou à défaut d'emploi du subside aux fins pour lesquelles il a été octroyé, le bénéficiaire devra restituer à la Ville de Bruxelles la partie de la subvention non justifiée ou non utilisée aux fins pour lesquelles elle a été octroyée, et ce, dans les 30 jours de la demande qui en est faite par lettre recommandée. A défaut, la somme due sera exigible de plein droit et portera intérêt au taux légal sans mise en demeure préalable, dès le 31ème jour qui suit la demande visée ci-dessus.

Article 6 : comité d'accompagnement

§1 Il est institué un comité d'accompagnement, ayant pour mission essentielle l'aspect opérationnel de la présente convention, composé de :

- 2 représentants de FIVE OH, désignés par FIVE OH
- 2 représentants de la Ville de Bruxelles
- 2 représentants de la Cellule Communication de la Ville de Bruxelles

§2 Ce comité d'accompagnement a pour mission :

- De veiller à la bonne exécution de la présente convention ;
- De trouver une solution amiable aux litiges portés devant lui par une des parties (notamment concernant les questions éthiques) ;
- D'établir le bilan de la campagne BXLovesMusic

§3 Le comité d'accompagnement se réunit au minimum 1 fois par trimestre. Il se réunit également dès sollicitation d'un de ses membres. Dans la première année de la convention, le comité se réunira au minimum 4 fois par an.

Article 7 : Personnes de contact

Pour l'application de la présente convention, les personnes de contact sont :

- **Lena AUGURELLE** (représentant La Ville)
- **Aude VILAIN** (représentant la Cellule Communication de la Ville)
- **Jean-Pol LEJEUNE** (représentant la Cellule Communication de la Ville)
- **Elfi DOMBRET** (représentant la Ville)
- **Laetitia VAN HOVE** (représentant la Structure)
- **Sacha ESTELLES** (représentant la Structure)

Article 8 : condition résolutoire

La présente convention est conclue sous la condition résolutoire de la suspension et/ou de l'annulation par l'autorité de tutelle dont dépend la Ville de la délibération du Conseil communal approuvant la présente convention.

Article 9 : litiges

Tout litige relatif à l'existence, l'interprétation ou l'exécution de la présente convention est de la compétence exclusive des cours et tribunaux de Bruxelles.

Article 10 : nullité

Dans l'hypothèse où l'une des clauses de la présente convention devait être privée d'effets ou déclarée nulle, les parties s'engagent à rechercher une autre solution leur garantissant des avantages équivalents à ceux prévus dans la clause annulée.

A défaut d'un accord dans les 6 mois de l'annulation ou de la privation d'effets de la (les) clause(s) concernée(s), la convention sera déclarée nulle de plein droit.

Article 11 : durée de la convention

§1 Cette convention est conclue jusqu'à 31 décembre 2020 à partir du lancement de la première campagne mensuelle.

§2 La présente convention peut être renouvelée annuellement, moyennant accord expresse des parties.

Fait en deux exemplaires et de bonne foi, à Bruxelles, le 2020

Chacune des parties reconnaissant avoir reçu le sien.

Pour la structure Five Oh,

Délégué à la gestion journalière,
Laetitia Van Hove

Pour la Ville de Bruxelles,

Le Collège,

Le Secrétaire communal,
Luc SYMOENS

Bourgmestre,
Philippe Close

Echevine de la culture, du tourisme
et des grands évènements,
Delphine Houba

<p style="text-align: center;">PARTNERSCHAPSOVEREENKOMST TUSSEN DE STAD BRUSSEL EN FIVE OH</p>

Tussen:

Five OH (BE0673920861), een digitaal en klassiek promotie- en marketingbureau, met maatschappelijke zetel te Alsebergsesteenweg 367, 1190 Vorst en voor de doeleinden hiervan geldig vertegenwoordigd door Laetitia Van Hove, [manager van Five Oh], hierna de structuur genoemd,

in uitvoering van de statuten van de bvba Laetitia Van Hove, gepubliceerd in het Belgisch Staatsblad op 17 april 2017,

hierna de Structuur genoemd,

En

De Stad Brussel,

hier vertegenwoordigd door het college van burgemeester en schepenen in wiens naam de heer Philippe Close, burgemeester, mevrouw Delphine Houba, schepenen van Cultuur, Toerisme en Grote Evenementen, en de heer Luc Symoens, gemeentesecretaris, optreden, overeenkomstig beslissing van het college van en van de gemeenteraad van

Adres: Stadhuis, Grote Markt 1, 1000 Brussel,

hierna de Stad genoemd,

WORDT HET VOLGENDE UITEENGEZET:

Gezien de belangrijke opkomst van Brusselse artiesten en de actieve bijdrage aan hun artistieke bekendheid van het bureau Five Oh, dat over een panel van artiesten van grote faam beschikt, die uitsluitend op hun website worden vermeld en die het bureau promoot;

Gezien het feit dat het creatieve PR-bureau voor muziek Five Oh artiesten van verschillende stijlen en genres (rock, electro, pop, jazz, hiphop, punk, soul) vertegenwoordigt en deze door middel van mediacampagnes en sleutelfiguren in het veld in de schijnwerpers wil zetten om hun muzikale projecten te promoten;

Gezien het feit dat het bureau geen vergoeding ontvangt voor het aantal verkochte platen, streams, en concertkaarten, en het de taak van het bureau is om de artiesten te promoten en samen met hen een strategie op dit gebied te ontwikkelen;

Gezien het feit dat ze een echte en solide reputatie hebben opgebouwd in de Belgische maar ook in de internationale professionele muziekscene;

Gezien het belang dat de Stad erbij heeft om deze bekendheid aan te grijpen en haar imago te verbeteren door de populariteit van de artiesten te benutten die de Stad Brussel via verschillende campagnes op de voorgrond zouden plaatsen;

Gezien de impact voor het imago van de Stad Brussel op het gebied van multiculturalisme, opvoeding en gastvrijheid;

Gezien de wens van de stad om de toeristische aantrekkingskracht van het stadscentrum en de zichtbaarheid ervan in de culturele sectoren te ontwikkelen, door gebruik te maken van het imago van artiesten die de Stad zouden versterken door middel van campagnes die in samenwerking met de cel Communicatie worden georganiseerd;

Gezien de wens van de Stad om muzikale ambassadeurs te verenigen rond een project om de zichtbaarheid van de Stad Brussel te verbeteren;

Gezien het belang voor de Stad om de aantrekkelijkheid en het aantal bezoekers op haar sociale netwerken te verhogen, waarbij de opzet van #BXLovesMusic-campagnes een troef is;

Hebben de Stad Brussel en het bureau Five Oh besloten om hun krachten te bundelen en samen campagnes via affiches en sociale netwerken op te zetten.

WORDT HET VOLGENDE OVEREENGEKOMEN:

Artikel 1: voorwerp

Het doel van deze overeenkomst is het partnerschap vormgeven tussen de Stad Brussel en de Structuur voor de 2020-editie van het programma van de BXLovesMusic-campagne.

Artikel 2: verbintenissen van de Structuur

De Structuur verbindt zich ertoe:

- het grafisch charter te respecteren;
- een redactionele kalender op te stellen in verband met de creatie van inhoud die nodig is voor de realisatie van communicatiecampagnes, de interviews met artiesten, de creatie van tekst en visuals voor de inhoud van affiches, de creatie van tekst en visuals voor de sociale netwerken en de creatie van tekst en visuals voor de officiële webpagina van BXLovesMusic, evenals de maandelijkse publicatie via deze verschillende kanalen.

De redactionele inhoud (redactionele kalender) wordt in samenwerking met de vertegenwoordigers van de cel Communicatie in de maand voorafgaand aan de publicaties vastgesteld en uiterlijk vijftien dagen voor de publicatie gevalideerd. Het valideringsproces verloopt als volgt: opstelling van de redactiekalender met vermelding van de publicatiedata en de inhoud van de publicaties; indiening van de redactiekalender ter validering bij de cel Communicatie van de Stad, bij de vertegenwoordigers van de Structuur en bij de cel Communicatie van de Stad Brussel; na de definitieve validering van de publicaties, programmering van de genoemde publicaties op de voormelde media. Publicaties die vijftien dagen voor de geplande publicatie niet zijn gevalideerd, zullen worden onderworpen aan een besluit om de publicatie op te schorten of te schrappen;

- de website voor de promotie van BXLovesMusic-campagnes op te zetten en te beheren, met inachtneming van het gemeenschappelijk grafisch charter en met voorafgaande validatie van de cel Communicatie voordat de website online gaat;
- de communicatie op de website te beheren volgens de vastgestelde en gevalideerde redactionele kalender, met voorafgaande validatie door de vertegenwoordigers van de cel Communicatie vóór elke publicatie op de website;
- bij te dragen tot de promotie van de BXLove-campagne, die reeds door de Stad Brussel werd opgezet, door invulling te geven aan BXLovesMusic met een muzikale bijdrage en een mededeling van de artiesten ten aanzien van de Stad, in de communicatiemedia die op voorhand werden gepland en bepaald in samenwerking met de Stad Brussel;
- de vertegenwoordigers van de diensten van de Stad gratis toegang te geven tot de sites van de verschillende muziekevenementen die verband houden met de campagnes en ze alle faciliteiten te verlenen om hun communicatieopdracht te kunnen vervullen; onder voorbehoud van de toestemming van de lokale promotor van de artiest en zijn management;
- het imago van de Stad niet aan te tasten of op welke manier dan ook te beschadigen.

Artikel 3: verbintenissen van de Stad

Promotie van de campagne en verspreiding van de communicatie

Naast de knowhow van de cel Communicatie (grafisch ontwerp, strategisch denken en community management) verbindt de Stad zich ertoe de campagne te promoten via de volgende media om de verspreiding van de hierboven beschreven campagnes te verzekeren:

- affiches van 2 m²
 - van 30/06 tot 06/07/2020
 - van 28/07 tot 03/08/2020
 - van 25/08 tot 31/08/2020
 - van 22/09 tot 28/09/2020
 - van 27/10 tot 2/11/2020
 - van 24/11 tot 30/11/2020
 - van 22/12 tot 28/12/2020
- digitale *City Play*-schermen
 - van 23/06 tot 30/06/2020
 - van 22/07 tot 31/07/2020
 - van 23/08 tot 31/08/2020
 - van 20/09 tot 26/09/2020
 - van 22/10 tot 31/10/2020
 - van 22/11 tot 30/11/2020
 - van 20/12 tot 31/12/2020
- digitale *Iconic*-schermen
 - van 23/06 tot 30/06/2020
 - van 22/07 tot 31/07/2020
 - van 22/08 tot 31/08/2020

- van 21/09 tot 30/09/2020
 - van 22/10 tot 31/10/2020
 - van 22/11 tot 30/11/2020
 - van 22/12 tot 31/12/2020
- de sociale netwerken van de stad (*Facebook* en *Instagram*) in lijn met de geplande affichagecampagnes (zie hierboven). De cel Communicatie verzorgt de publicaties volgens de vooraf gevalideerde redactionele kalender (zie artikel 2 § 2);
 - het *Instagram*-account *BXLovesMusic*, speciaal aangemaakt voor de *BXLovesMusic*-campagne, in lijn met de geplande affichagecampagnes (zie hierboven). De publicaties worden gemaakt en gepubliceerd door de cel Communicatie volgens de vooraf gevalideerde redactionele kalender (zie artikel 2 § 2).

In het kader van deze campagnes verbindt de Stad zich ertoe om via aanpassingen van videocommunicatiemedi (via de cel Communicatie), in overleg met de Structuur, spots te creëren voor de *City Play*- en *Iconic*-schermen, alsook voor de website en de sociale netwerken.

De Stad verbindt zich er ook toe om de redactionele inhoud in het Frans en het Nederlands te controleren en te valideren voor alle communicatiemedi, met inbegrip van digitale medi zoals publicaties op sociale netwerken.

De Stad zal ook de redactionele kalender controleren voor alle communicatiemedi, met inbegrip van digitale medi zoals publicaties op sociale netwerken en op de website die door de Structuur wordt beheerd (zie art. 2 §2, §3 en §4).

Artikel 4: gezamenlijke verbintenissen van beide partijen

Beide betrokken partijen van deze overeenkomst verbinden zich ertoe deze overeenkomst te eerbiedigen en zich verantwoordelijk te gedragen.

Hun gezamenlijke verbintenis is:

- het vaststellen en opstellen van een gemeenschappelijk grafisch charter;
- het controleren en valideren van alle communicatiemedi, inclusief digitale medi zoals publicaties op sociale netwerken en op de website die door de Structuur wordt opgezet en beheerd;
- het opstellen, valideren en opvolgen van de redactionele kalender voor de verschillende sociale netwerken;
- het organiseren van een driemaandelijkse evaluatievergadering.

Artikel 5: subsidievoorwaarden

De Stad verleent via het schepenamtb voor Cultuur, Toerisme en Grote Evenementen een subsidie van 9.500 euro voor de organisatie van de 2020-editie van deze campagnes.

De subsidie wordt toegekend overeenkomstig de bepalingen van de wet van 14 november 1983 betreffende de controle op de toekenning en op de aanwending van sommige toelagen.

Ze moet worden gebruikt voor het doel waarvoor ze werd toegekend en de begunstigde moet het gebruik ervan rechtvaardigen binnen 24 maanden na ontvangst van de subsidie.

Indien de begunstigde de bewijsstukken niet binnen de gestelde termijn verstrekt, of indien de subsidie niet wordt gebruikt voor de doeleinden waarvoor zij is toegekend, moet de begunstigde het niet-gerechtigde deel van de subsidie of het deel dat niet is gebruikt voor de doeleinden waarvoor zij is toegekend, binnen 30 dagen na de indiening van het verzoek per aangetekende brief aan de Stad Brussel bezorgen. Bij gebreke daarvan is het verschuldigde bedrag van rechtswege en zonder voorafgaande ingebrekestelling verschuldigd tegen het wettelijke tarief, vanaf de 31e dag na het hierboven bedoelde verzoek.

Artikel 6: begeleidingscomité

§1 Er wordt een begeleidingscomité ingesteld dat als hoofdtaak het operationele aspect van deze overeenkomst heeft en dat bestaat uit:

- 2 vertegenwoordigers van FIVE OH, aangewezen door FIVE OH
- 2 vertegenwoordigers van de Stad Brussel
- 2 vertegenwoordigers van de cel Communicatie van de Stad Brussel

§2 Dit begeleidingscomité heeft als opdracht:

- de goede uitvoering van deze overeenkomst te waarborgen;
- een minnelijke schikking te vinden bij geschillen die door een van de partijen aan het comité worden voorgelegd (in het bijzonder met betrekking tot ethische kwesties);
- de balans van de BXLovesMusic-campagne op te stellen.

§3 Het begeleidingscomité komt minstens eenmaal per kwartaal bijeen. Het komt ook bijeen op verzoek van een van de leden. In het eerste jaar van de overeenkomst zal het comité minstens viermaal per jaar bijeenkomen.

Artikel 7: contactpersonen

De contactpersonen voor de toepassing van deze overeenkomst zijn:

- **Lena AUGURELLE** (vertegenwoordiger van de Stad)
- **Aude VILAIN** (vertegenwoordiger van de cel Communicatie van de Stad)
- **Jean-Pol LEJEUNE** (vertegenwoordiger van de cel Communicatie van de Stad)
- **Elfi DOMBRET** (vertegenwoordiger van de Stad)
- **Laetitia VAN HOVE** (vertegenwoordiger van de Structuur)
- **Sacha ESTELLES** (vertegenwoordiger van de Structuur)

Artikel 8: ontbindende voorwaarde

Deze overeenkomst is gesloten onder de ontbindende voorwaarde van de schorsing en/of nietigverklaring door de voogdijautoriteit waarvan de Stad afhangt, van de beraadslaging van de gemeenteraad die deze overeenkomst goedkeurt.

Artikel 9: geschillen

Elk geschil met betrekking tot het bestaan, de interpretatie of de uitvoering van onderhavige overeenkomst valt onder de uitsluitende bevoegdheid van de hoven en rechtbanken van Brussel.

Artikel 10: nietigheid

Indien een van de bepalingen van deze overeenkomst nuttige werking verliest of nietig wordt verklaard, verbinden de partijen zich ertoe een andere oplossing te zoeken die hen voordelen garandeert die gelijkwaardig zijn aan die waarin de nietige bepaling voorziet.

Indien binnen zes maanden na de nietigverklaring of opheffing van de betreffende bepaling(en) geen akkoord is bereikt, wordt de overeenkomst van rechtswege nietig verklaard.

Artikel 11: duur van de overeenkomst

§1 Deze overeenkomst wordt vanaf de start van de eerste maandelijks campagne tot 31 december 2020 gesloten.

§2 Deze overeenkomst kan jaarlijks worden verlengd met uitdrukkelijke instemming van de partijen.

Te goeder trouw opgemaakt in tweevoud, in Brussel, op 2020

waarbij elke partij verklaart een exemplaar te hebben ontvangen.

Voor de structuur Five Oh,

Persoon belast met het dagelijks bestuur,
Laetitia Van Hove

Voor de Stad Brussel,

Het College,

De Gemeentesecretaris,
Luc SYMOENS

De Burgemeester,
Philippe Close

Schepen van Cultuur, Toerisme
en Grote Evenementen,
Delphine Houba