

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES PER A LA CONTRACTACIÓ DELS SERVEIS DE GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS DEL CONSORCI DE TURISME BAIX LLOBREGAT

1. ANTECEDENTS

El Consorci de Turisme del Baix Llobregat és l'entitat encarregada del desenvolupament turístic del Baix Llobregat, recollint d'una banda la ferma voluntat dels ajuntaments de la comarca i per altra banda de l'aposta d'altres administracions i associacions empresarials, vistos els potencials del territori en aquest àmbit.

Per a aconseguir els seus objectius el Consorci de Turisme del Baix Llobregat desenvolupa, a través de diferents línies de treball temàtiques, accions, projectes i campanyes de promoció per tal d'atraure visitants i turistes a la comarca del Baix Llobregat.

Així mateix, el Baix Llobregat és una destinació que treballa per un desenvolupament sostenible de l'activitat turística, i el Consorci de Turisme, compromès per una gestió més sostenible de la seva activitat, té la certificació Biosphere Sustainable Commitment. De fet, l'entitat té aprovada una política de política de compres sostenible. A més, el Consorci de Turisme és l'ens gestor d'aquesta certificació per a les empreses i entitats del Baix Llobregat.

Dins de les accions de promoció, el Consorci de Turisme gestiona la promoció, comunicació i difusió online de l'oferta turística de la comarca del Baix Llobregat.

Un dels principals canals de dinamització i de promoció dels atractius turístics de la comarca és a través de les xarxes socials, principalment Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn i Youtube. En aquests canals, a més es manté una conversa directa tant amb els/les turistes i visitants, com amb els/les ciutadans/anes del territori.

Els darrers anys, el Consorci de Turisme del Baix Llobregat ha tingut un important creixement de seguidors, influència i impacte de l'oferta turística a les xarxes socials, difusió i presència de tots els municipis de la comarca, accions de fidelització i una interlocució molt activa amb els seguidors.

2. OBJECTE I NECESSITAT

L'objecte del contracte són els serveis de gestió de les xarxes socials del Consorci de Turisme del Baix Llobregat (inclou l'actualització, dinamització, promoció, publicitat i l'anàlisi d'aquests perfils).

La comunicació online del Consorci de Turisme permet posicionar la comarca del Baix Llobregat com a destinació d'escapades, d'activitats i experiències d'oci de Barcelona adreçades a tot tipus de perfils de turista i ciutadans/es. Les accions de promoció online han de permetre fer un pas endavant en l'estratègia de comunicació d'aquesta comarca en la qual l'oferta turística és la base per a la captació de nous públics, a través d'un seguit d'accions innovadores. Així doncs, els principals objectius són:

- Augmentar la rellevància, presència, compromís, interacció i seguiment a les xarxes socials del Consorci de Turisme tant en l'aspecte qualitatiu com quantitatiu.
- Aprofundir en l'ús de les xarxes socials com a canal per al posicionament del destí i alinear les accions a les xarxes socials amb els objectius estratègics de comunicació de l'organització.
- Mantenir uns canals de comunicació àgils i oberts i garantir l'atenció al visitant, al ciutadà i a les empreses i serveis turístics del territori, via xarxes socials durant els 365 dies de l'any.
- Difondre de forma clara, puntual i veraç tota aquella informació del d'interès relativa al Consorci de Turisme del Baix Llobregat, així com l'oferta turística i les activitats turístiques del Baix Llobregat.
- Donar a conèixer les campanyes de promoció, els serveis i les activitats generades des del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, així com els ajuntaments i oferta turística.
- Realitzar accions concretes de promoció mitjançant campanyes de publicitat als mateixos canals i realitzant altres accions per tal d'assolir els mateixos objectius.
- Generar contingut a les xarxes socials per atraure visites al web del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.
- Incrementar i fidelitzar les comunitats, els seguidors i els visitants de les XXSS i del web del Consorci de Turisme.
- Incrementar el feed back i l'engagement amb els usuaris per augmentar la viralitat dels continguts.
- Fomentar la creació d'una xarxa de col·laboració i comunicació interna amb els empresaris, ajuntaments i associacions del nostre sector incorporant sempre a les nostres publicacions mencions i etiquetes dels referenciats per donar una imatge d'unitat i, alhora, aconseguir que el sector turístic faci ús dels nostres # i al mateix temps ens mencioni.

Així mateix, el Consorci de Turisme, en el marc de la seva política de compres sostenible, té en compte que el desenvolupament dels serveis que li són prestats apliquin criteris de sostenibilitat i segueixin unes bones pràctiques en matèria de la sostenibilitat.

3. DESCRIPCIÓ DE LES XARXES SOCIALS DEL CONSORCI DE TURISME

Els perfils de les xarxes socials del Consorci de Turisme del Baix Llobregat són els següents:

Perfil	Idioma principal	Usuari
Facebook	Català	https://www.facebook.com/TurismeBaixLlobregat
Instagram	Català	https://www.instagram.com/TurismeBaixLlobregat
X (Twitter)	Català	https://x.com/turismebaixlob
Linkedin	Català i castellà	https://linkedin.com/company/baix-llobregat-convention-bureau
	Català	https://linkedin.com/company/turisme-baix-llobregat
Youtube	Català	https://www.youtube.com/turismebaixllobregat

Els hastags a dinamitzar són #BaixLlobregat, #Turismebaixllobregat, així com altres hastags que es determinin i/o es creïn per a campanyes concretes.

4. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

A continuació s'indiquen les tasques a desenvolupar per l'empresa contractant:

Dedicació i coordinació:

- Realitzar l'escolta activa, conversa i atenció 365 dies l'any i 7 dies a la setmana.
L'empresa haurà de realitzar l'atenció a tots els perfils socials els 7 dies a la setmana i 365 dies a l'any. El temps màxim de resposta als seguidors i turistes és de 24 hores per a tots els perfils socials.

Derivar les consultes, si cal, al personal tècnic del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

Programació i continguts: (Execució)

- 1) Elaboració del pla de gestió anual, que reculli:
 - Metodologia
 - Els objectius i accions a desenvolupar que hauran d'optimitzar i millorar l'impacte actual
 - Planificació de la difusió i gestió de les xarxes del Consorci.
 - Definir l'estratègia d'augment sostingut i fidelització de seguidors
 - Planificació de la publicitat
 - Seguiment i monitorització

S'entregarà en el termini de 15 dies naturals a comptar des de la data d'inici del contracte i serà validada pel Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

- 2) Elaboració i execució del calendari editorial mensual i d'un calendari setmanal amb els continguts (textos, grafismes, vídeos, municipis citats, enllaços...) a publicar.
El calendari editorial ha de tenir en compte les campanyes de promoció, les línies de producte de turisme familiar, cultural, natura i esports, sènior, gastronomia i MICE, i la guia de l'oci del Consorci de Turisme. Així com la visibilitat dels 30 municipis del Baix Llobregat i de l'oferta turística de la comarca, l'especificitat de cada xarxa, el mercat al que va dirigida i la seva prioritat.

Aquesta proposta es presentarà en el termini de set (7) dies hàbils a comptar des de la data de l'inici de vigència del contracte per l'empresa adjudicatària i serà validada pel Consorci de Turisme del Baix Llobregat. El calendari s'haurà d'anar actualitzant periòdicament.

- 3) Generació i publicació de continguts:
L'empresa ha de generar el contingut a publicar en base a la proposta de calendari editorial aprovat. Així mateix, haurà de dissenyar totes les creativitats necessàries per a les publicacions, stories, concursos, anuncis, sorteigs, premis, entre altres. Aquestes hauran de seguir la línia visual i editorial del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, de les campanyes de promoció turístiques actives i de cada xarxa social.

3.1 Perfils a les xarxes socials i ritme de publicacions:

Facebook: publicació d'un mínim de 7 posts setmanals (mínim 1 post diari) i 20 stories setmanals (mínim 2 stories diaris).

Instagram: publicació d'un mínim de 7 posts setmanals (mínim 1 post diari), 20 stories setmanals (mínim 2 stories diaris) i 1 reel setmanal.

X (Twitter): publicació d'un mínim de 14 posts setmanals (mínim dos posts diaris).

LinkedIn:

- Perfil Consorci de Turisme del Baix Llobregat: publicació de mínim 1 post setmanal.
- Perfil del programa "Baix Llobregat Convention Bureau": publicació de mínim 1 post setmanal.

Youtube: Publicació de vídeos facilitats pel Consorci de Turisme, gestió de comentaris, i dinamització i actualització del perfil creant llistes pels diferents àmbits temàtics.

3.2 Interacció amb els usuaris (influencers, altres entitats de promoció turística, bloggers, entre d'altres) que promocionin l'oferta turística del Baix Llobregat, compartint continguts (via reposts, stories) i generant conversa que promocióni la comarca (mínim una interacció setmanal).

3.3 Actualització de les dades de contacte, la imatge de les capçaleres i altres continguts necessaris dels diferents perfils socials, adequant-los a les campanyes de promoció i l'època de l'any.

3.4 Ideació i realització d'accions de promoció com concursos, sorteigs, quiz, entre d'altres tot planificant la calendarització, durada, definició de públics i l'abast, publicitat, anàlisi de resultats i propostes de millora. Es realitzaran un mínim de 5 sortejos o concursos anualment, i un mínim d'altres 5 accions d'interacció amb els usuaris a les xarxes socials.

3.5 Producció audiovisual i retransmissions en directe:

- Produir i publicar un mínim de 12 reels anuals amb gravació de nou material audiovisual i producció per part de l'empresa.
- Produir i publicar un mínim de 40 reels anuals que l'empresa adjudicatària haurà de produir amb material audiovisual cedit pel Consorci de Turisme.
- Retransmissions de 10 directes anuals ja siguin Live, Reels o IG TV, i seran actes, festes i esdeveniments proposats pel Consorci de Turisme del Baix Llobregat.
- Les retransmissions es pactaran com a mínim amb quinze dies d'antelació,

Per a les produccions audiovisuals, l'empresa ha de garantir que realitza tots els tràmits necessaris per obtenir la cessió d'ús de les imatges de les persones que hi apareguin, i ha de de garantir l'originalitat dels continguts.

L'empresa ha d'assumir el disseny de la proposta concreta, la seva producció, publicació i promoció.

L'empresa haurà de fer arribar tots els continguts generats al Consorci (en format .mp4, .mpeg-4, .mov o .avi) en dues versions, una versió amb el disseny creatiu i l'altre amb les imatges netes sense disseny. Els drets de propietat intel·lectual sobre les obres de tot

tipus que resultin de l'execució del contracte passaran a ser propietat del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, d'acord amb el punt 7.3 dels presents plecs.

Gestió de la publicitat de pagament a les xarxes socials

- Planificació de les campanyes i grups de segmentació amb l'equip del Consorci: Es realitzarà publicitat de mínim 10 publicacions mensuals, i d'un mínim de 5 campanyes del Consorci de Turisme a l'any.
- Disseny de la imatge en els diferents formats segons el layout de cada campanya.
- Posada en marxa i seguiment de les campanyes.
- Anàlisi de les campanyes justificat amb els informes pertinents de costos i resultats.
- La inversió mensual proposada serà validada per part del Consorci de Turisme del Baix Llobregat en les reunions quinzenals.
- Enviament de comprovants de la publicitat acordada: la publicitat serà justificada mitjançant el lliurament dels següents suports que l'adjudicatari haurà d'enviar per correu electrònic al Consorci de Turisme, en un període màxim de 15 dies a partir de la finalització de cadascuna de les accions publicitàries contractades:
 - o L'aportació de còpies dels anuncis o accions contractades.
 - o Certificats de les impressions, si s'escau.
 - o Comprovant/factura amb la despesa contractada.

Monitorització dels continguts publicats sobre #TurismeBaixLlobregat, #BaixLlobregat i altres hashtags de campanyes del Consorci de Turisme del Baix Llobregat

- Seguiment dels continguts sobre la destinació publicats a les diferents xarxes socials, blogs i mitjans online.
- Utilització d'eines de monitorització de les etiquetes sobre #TurismeBaixLlobregat, #BaixLlobregat i altres etiquetes específiques d'esdeveniments i campanyes del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.
- Detecció dels usuaris més influents, dels temes més populars i conflictius i detecció dels continguts més destacats a cada xarxa social i mitjans online.

Manteniment de base de dades de prescriptors: bloguers, influencers (instagramers, youtubers, etc.) i creadors de contingut:

- Inclusió de nous registres a la base de dades aconseguits a través d'accions.
- Base de dades de prescriptors i creadors de continguts de segments i mercats concrets que poden ser d'interès per donar a conèixer el Baix Llobregat: Cerca activa, introducció de les dades de contacte i actualització i ampliació de la base de dades segmentats per perfil (bloguers, instagramers, youtubers i altres tipus de creadors de continguts), indicat la especialització temàtica de continguts, tipus i qualitat de continguts, mercats a qui s'adrecen, presència online, nombre de seguidors, interacció i dades de contacte.

Seguiment

Coordinació amb l'equip del Consorci de Turisme del Baix Llobregat per assegurar que la gestió de les xarxes i els seus continguts corresponen amb l'estratègia turística comarcal de promoció i

comunicació. Es realitzaran reunions quinzenals amb el Consorci de Turisme per analitzar com evolucionen els diferents perfils i tractar els temes més importants. Així mateix, hi haurà una comunicació diària amb l'equip tècnic del Consorci de Turisme via correu electrònic, telèfon i WhatsApp. Mensualment l'empresa exposarà i posarà en comú l'anàlisi de l'informe mensual de totes les xarxes socials per comentar les accions realitzades i el seu impacte.

- Monitoritzar i analitzar tots els perfils socials:

L'empresa haurà de realitzar informes de mètriques mensuals, semestral i anuals amb els principals indicadors de cada perfil, així com l'anàlisi de l'abast, inversió i impacte de les accions mensuals sponsored i de les accions i campanyes realitzades, i proposar accions de millora dels resultats.

També s'haurà de portar un control de tots els posts publicats relacionats amb cada municipi/entitat/empresa del Baix Llobregat per a la realització d'informes bàsics a petició d'un municipi o entitat/empresa concreta.

- Seguiment i interacció dels hashtags #turisme Baix Llobregat i #Baix Llobregat. A més, en campanyes concretes del Consorci de Turisme es crearan hashtags específics els quals també caldrà interactuar i fer seguiment.

- Assistència, assessorament i realització d'informació de resultats i impacte a les xarxes socials

L'empresa haurà de facilitar al Consorci de Turisme del Baix Llobregat aquella informació necessària relativa a l'impacte i resultats de les xarxes socials per a presentacions que l'entitat hagi de donar a conèixer en reunions, esdeveniments i altres actes adreçats a l'oferta turística de la comarca.

En moments puntuals que es valori necessari, l'empresa contractista haurà de participar activament per explicar en persona les accions en la dinamització de les xarxes socials del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

Organització d'una sessió de formació sobre xarxes socials adreçada als professionals del turisme del Baix Llobregat

L'empresa haurà de realitzar una sessió formativa anual adreçada a tota l'oferta turística del Baix Llobregat per facilitar els coneixements necessaris per a la gestió de les seves xarxes socials, així com per a motivar als i les professionals del turisme a crear i compartir continguts, així com crear sinèrgies amb els perfils de les xarxes socials del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

5. RECURSOS HUMANS NECESSARIS

L'empresa ha d'assegurar un equip de treball professional, experimentat i suficient per desenvolupar totes les tasques i atendre les xarxes socials els 7 dies a la setmana i els 365 dies de l'any.

L'adjudicatari haurà d'assignar una persona encarregada de l'execució del servei que haurà d'acreditar que disposa del grau o llicenciatura en Comunicació o títol universitari equivalent, i una experiència mínima de 3 anys en la gestió de xarxes socials.

Així mateix, aquesta persona haurà d'acreditar:

- Acreditació de coneixements de llengua catalana de nivell C1 o superior,
- Acreditació de coneixements de llengua castellana:
 - Haver cursat la primària, la secundària i el batxillerat a l'Estat espanyol
 - Diploma d'espanyol (nivell C2 o equivalent).
 - Certificat d'aptitud en espanyol per a estrangers expedit per les escoles oficials d'idiomes.

Mitjà d'acreditació: Cal aportar els currículums vitae degudament signats i original i còpia compulsada de les titulacions,

L'experiència es justificarà mitjançant còpia de nòmines, contractes de treball o altra documentació acreditativa de la persona que s'adscriu a l'execució del contracte, com pot ser informe de vida laboral.

L'adjudicatari haurà d'assignar una persona encarregada de l'interlocució amb el Consorci de Turisme. L'empresa adjudicatària haurà de facilitar les dades de contacte i lliurar un número de telèfon mòbil per una comunicació més àgil.

Així mateix, han de comptar amb els mitjans materials necessaris per poder portar a terme les tasques objecte del contracte, entre elles, equipament informàtic i telèfons mòbils amb connexió permanent a internet, equipament de gravació, i aquells altres que siguin necessaris per realitzar les tasques objecte del contracte.

L'incompliment del compromís d'adscripció de mitjans pot constituir causa de resolució o ser objecte de penalització. Aquest compromís té caràcter d'obligació essencial i el seu incompliment podrà ser objecte de penalització o resolució del contracte.

El personal ha de tenir capacitat de treball en equip segons les tasques o gestió descrites.

L'empresa adjudicatària haurà de mantenir durant la durada del contracte a la mateixa persona assignada responsable de l'execució servei, que podrà ser substituïda per situacions justificades, atès que el canvi de la persona podria posar en perill la homogeneïtat del servei.

En cas de malaltia, baixa del personal, vacances reglamentàries i altres causes anàlogues, el servei haurà de ser cobert immediatament, de forma que es mantingui de forma permanent el servei, per personal amb la mateixa experiència i titulació d'acord amb les condicions ofertes en la proposta presentada i en els plecs de clàusules administratives.

El Consorci de Turisme podrà demanar a l'empresa adjudicatària el canvi de la persona encarregada de l'execució del servei, quan consideri que no porta a terme de forma correcta el servei, d'acord a les condicions fixades en l'oferta presentada i en els plecs.

6. FORMA DE PRESTAR EL SERVEI

L'empresa contractista gestionarà els perfils de les xarxes socials del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, qui facilitarà els accessos i permisos necessaris a l'empresa adjudicatària.

La llengua de comunicació serà l'especificada en cada cas i el contractista haurà de garantir el compliment de la normativa lingüística, gramatical i ortogràfica de l'idioma utilitzat en cada cas, així com un to i llenguatge respectuós i proper, segons cada mercat i xarxa, i seguint el llibre de redacció de continguts i línia editorial consensuat i validat pel Consorci de Turisme.

L'empresa contractista haurà de prestar el servei:

- Mitjançant la revisió i la millora dels procediments de gestió per aconseguir que dins de l'estratègia global del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, cada perfil s'adapti al mercat i a la xarxa concreta.
- Mitjançant la dotació d'una persona encarregada de l'execució del servei que permeti assolir el nivell de servei descrit en aquest plec mitjançant la coordinació amb el Consorci de Turisme del Baix Llobregat.
- Utilitzant les eines de gestió més adequades a proposta de l'empresa contractista i d'acord amb el Consorci de Turisme del Baix Llobregat.
- Designant una persona coordinadora encarregada de la interlocució amb el Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

L'empresa ha de garantir el servei els 7 dies a la setmana i 365 dies a l'any. En situació de resolució d'incidències en què s'hagi de fer front situacions d'emergència i calgui coordinar la comunicació amb caràcter d'urgència, el referent de l'empresa ha d'estar disponible en un marge de temps que no superi els 60 minuts des del seu requeriment, per part de la Coordinadora o d'algun altre membre de l'equip del Consorci de Turisme.

Model de relació:

Per al seguiment del servei, s'establiran reunions quinzenals entre la persona coordinadora de l'empresa i el Consorci de Turisme del Baix Llobregat via telemàtica i/o presencial. En cas necessari, també podran assistir altres membres de l'equip de l'empresa. Així mateix, hi haurà una comunicació diària de l'empresa amb l'equip tècnic del Consorci de Turisme via correu electrònic, telèfon i WhatsApp.

En les reunions quinzenals es validarà la planificació del calendari editorial, s'analitzarà l'evolució dels diferents perfils i es tractaran els temes més importants. Les funcions de les reunions serà donar validat els informes de seguiment mensuals, semestral i anuals amb les principals mètriques que analitzin les accions dutes a terme en cada xarxa social, resultats i propostes de millora, així com l'anàlisi de l'abast, inversió i impacte de les accions mensuals sponsored i de les accions realitzades, actualitzar el registre de prescriptors, socis i col·laboradors per a cada perfil social, actualitzar els protocols de seguiment i validar la planificació de les accions sponsored i de promoció.

Informes a realitzar i lliurar per l'empresa adjudicatària:

- Un informe de valoració mensual amb els indicadors i mètriques que permetin un seguiment i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social, així com els resultats i propostes de millora.
- Un informe de proposta estratègica semestral que, basant-se en els indicadors i mètriques del període anterior, defineixi accions que ajudin a corregir o millorar els resultats de comunicació d'acord amb els objectius i l'estratègia previstos, o fins i tot, que permeti replantejar accions si així ho requereix la situació.

- Un informe de valoració anual amb els indicadors i mètriques que permetin un seguiment i avaluació dels treballs desenvolupats a cada xarxa social, així com els resultats i propostes de millora.
- Un informe dels resultats específic sobre l'impacte de les campanyes de promoció del Consorci de Turisme, amb informació de totes publicacions realitzades i resultats, i impacte i resultats de la publicitat realitzada.
- A més, l'empresa haurà de facilitar al Consorci de Turisme del Baix Llobregat aquella informació necessària relativa a l'impacte i resultats de les xarxes socials per a presentacions que l'entitat hagi de donar a conèixer en esdeveniments i altres actes adreçats a l'oferta turística de la comarca.
- També serà necessari realitzar informes per atendre peticions d'algun municipi/entitat/empresa de la comarca que sol·liciti dades i informació relativa a la difusió de les seves activitats.

En moments que es valori necessari, l'empresa contractista haurà de participar activament per explicar en persona les accions en la dinamització de les xarxes socials del Consorci de Turisme del Baix Llobregat.

Pla de devolució del servei:

El contractista queda obligat a prestar la màxima col·laboració per a la realització del traspàs del servei al nou contractista que se'n pugui fer càrrec, o al Consorci de Turisme del Baix Llobregat, en el seu cas.

Per això caldrà que l'empresa contractista presenti el pla de devolució del servei en el termini de 2 mesos abans de la finalització del contracte, que haurà de contenir com a mínim:

- La documentació operativa actualitzada que s'ha generat durant el període de prestació del contracte: línia editorial de cadascun dels perfils socials, protocols de seguiment, materials generats com fotografies, dissenys i creativitats, reels i altres formats de vídeo realitzats, registre de prescriptors, col·laboradors i socis, accessos i permisos necessaris.

7. PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Tots els drets de propietat intel·lectual sobre les obres de tot tipus que resultin de l'execució del contracte passaran a ser propietat del Consorci de Turisme del Baix Llobregat, de forma exclusiva per a tot el món i pel temps de durada legal dels drets, d'acord amb el Reial Decret Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei de propietat intel·lectual, la Llei 21/2014, de 4 de novembre, per la qual es modifiquen el text refós de la Llei de propietat intel·lectual, aprovat pel Reial decret legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, i la resta de normativa en la matèria.

El Consorci de turisme del Baix Llobregat és el titular exclusiu de tots els drets de propietat intel·lectual derivats dels treballs encomanats en virtut del contracte i, com a tal, de tots els drets d'explotació, inherents a aquests, amb caràcter mundial, i podrà exercir-los en la forma

més àmplia que la Llei permeti, la qual cosa en compren la reproducció, la distribució, la transformació, la comunicació pública i la posada a disposició en qualsevol suport format o idioma, i amb els efectes que les lleis determinin. En conseqüència el contractista s'haurà d'abstenir de comercialitzar, publicar, difondre o comunicar de qualsevol forma, totalment o parcial, el contingut dels citats materials i treballs sense el consentiment previ exprés del Consorci de Turisme del Baix Llobregat. A més, en extingir-se el contracte per qualsevol causa es compromet a lliurar al Consorci de Turisme del Baix Llobregat qualsevol material que com a conseqüència de la prestació de serveis estigui en poder seu o del seu personal.