

El català en els catàlegs dels grans establiments comercials i supermercats, a Catalunya

Plataforma per la Llengua, amb el suport del Departament d'Innovació,
Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya. Desembre 2007.

**PLATA
FORMA
PER LA
LLENGUA**

Diputació 276, planta baixa
08009 Barcelona
T. 933 211 803
info@plataforma-llengua.cat
www.plataforma-llengua.cat



El català en els catàlegs
dels grans establiments comercials i supermercats a Catalunya

El català en els catàlegs dels grans establiments comercials i supermercats, a Catalunya

Plataforma per la Llengua, amb el suport del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya. Desembre 2007.

Realització de l'estudi: Tais Bastida

Col·laboradors: Bernat Gasull, Carolina Martínez, Gemma Ponsa, Ildefons Fernández, Isabel Romano, Roser Parellada, Sebastià Que, Sílvia Coca.



Sumari

1. Introducció	4
1.1 Justificació i objectius	4
1.2 Legislació lingüística	5
1.3 Estudis anteriors	9
2. Metodologia	11
2.1 Univers i mostra	11
2.2 Tractament de l'objecte d'estudi i treball de camp	13
3. Resultats	16
3.1 Dades segons activitats	16
3.1.1 Supermercats i Hipermercats	16
3.1.2 Superfícies especialitzades i centres comercials	21
3.2 Resultats en el conjunt de les empreses observades	25
3.2.1 Presència del català en els catàlegs de productes	25
3.2.2 Compliment de la Llei 1/1998 en els catàlegs de productes	28
4. Altres Usos lingüístics i compliments de la legislació lingüística catalana	29
4.1 Usos lingüístics en les pàgines i serveis electrònics	29
4.2 Usos lingüístics en la retolació, rètols de productes i etiquetatge de productes propis	32
4.3 Compliment de la Llei 1/1998 i 3/1997 en el conjunt d'elements legiscats	35
5. Anàlisi per empreses	38
5.1 Resum d'usos del català	38
5.2 Ús del català i procedència geogràfica de les empreses	40
5.3 Grups d'empreses segons usos lingüístics del català	41
5.3.1 Empreses amb un ús generalitzat del català	42
5.3.2 Empreses amb un ús parcial del català	43
5.3.3 Empreses amb un ús baix del català	45
6. Conclusions i Recomanacions	47



1. INTRODUCCIÓ

1.1 Justificació i objectius

Els catàlegs d'oferta de serveis són un element informatiu de proximitat entre l'empresa i el client. Les empreses utilitzen els catàlegs com a aparadors dels seus serveis, hi vehiculen importants estratègies comercials i sovint van acompanyats d'una potent i massiva distribució per establiments, a domicili o en punts estratègics. Creiem que la gran presència pública i ús social dels catàlegs de grans establiments, donen a aquest element un pes molt important en l'entorn lingüístic quotidià de la societat catalana i pot jugar, per tant, un important paper en la normalització lingüística del català.

Per altra banda, els catàlegs d'oferta de servei formen part de la relació comercial entre l'empresa i el client i per tant, estan subjectes a diferents normatives (regionals, estatals, europees) que en regulen els continguts, amb l'objectiu de garantir els drets dels usuaris/es i/o consumidors/es. Pel que fa als drets lingüístics, és la Llei 1/1998 de Política Lingüística la que estableix l'ús del català en els documents d'oferta de serveis.

L'objectiu d'aquest estudi és analitzar l'ús lingüístic del català en els catàlegs com a documents d'oferta de serveis dels establiments amb més repercussió social a Catalunya. De forma secundària, també és objecte d'estudi l'anàlisi superficial dels usos lingüístics d'aquests altres elements comunicatius: retolació, rètols de productes, serveis electrònics i etiquetatge de productes propis.

A partir d'aquestes dades, l'objectiu final de l'estudi és l'assoliment de la plena normalització del català en aquest àmbit de la vida de la societat catalana (i sense perjudici de l'ús d'altres llengües) i el compliment per part de les empreses dels drets lingüístics bàsics dels ciutadans, reconeguts pel Parlament de Catalunya. En el cas dels catàlegs i la retolació, aquesta normalització també implica el compliment de la Llei 1/1998 (vegeu punt 1.2.1).



1.2 Legislació lingüística

En aquest apartat es recullen els articles de la legislació lingüística catalana als quals es fa referència en aquest estudi: els catàlegs de productes com a documents d'oferta de serveis, objecte principal de l'estudi, estan legisllats per l'article 32.3 de la Llei 1/1998, que en garanteix els drets lingüístics establint la presència de com a mínim el català. La retolació dels establiments queda legisllada pel mateix article i també per la Llei 3/1993. L'etiquetatge i informació vària dels productes, bens i serveis queda legisllada per l'article 26 de la Llei 3/1993, que n'estableix l'ús de com a mínim el català. Altres aspectes que apareixen legisllats en els següents articles però que no són objecte de l'estudi, són l'atenció oral i les comunicacions orals per altaveus.

Interpretació de la legislació sobre els documents d'oferta de serveis. Les Lleis 1/1998 i 3/1993 estableixen que les empreses han d'oferir els documents d'oferta de serveis almenys en català. Segons l'Agència Catalana del Consum (ACC), entenem com a documents d'oferta de serveis els catàlegs, prospectes, fulletons de venda de productes, etc, tal com s'especifica en la informació general sobre drets lingüístics del web www.consum.cat :

5.2. La senyalització, els cartells d'informació i els documents d'oferta
La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix, ja siguin a l'aparador, a l'interior o a l'exterior de l'establiment (per exemple: l'horari comercial) i els documents d'oferta de serveis (catàlegs, prospectes, un fulletó de venda de productes...) per a les persones consumidores i usuàries dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats almenys en català.¹

Cal dir també que, segons consultes realitzades per la Plataforma per la Llengua, l'ACC entén que un document d'oferta de serveis ha d'incloure el preu dels productes o serveis oferts. Els elements que en aquest estudi anomenem *rètols o cartells de productes*, amb informació de cadascun dels productes oferts pels establiments, també inclouen preus i per tant es

¹ http://www.consum.cat/temes_de_consum/drets_linguistics/



consideren documents d'ofertes de serveis. Aquests elements s'analitzen en el punt 4.2 i 4.3

Sobre el compliment del dret lingüístic de rebre els documents d'oferta de serveis en català: la Llei 1/1998 estableix les sancions corresponents en cas d'incompliment, sancions que son executades per l'Agència Catalana del Consum. La mateixa Agència és la responsable de tramitar les denúncies presentades pels usuaris que hagin vist infringits els seus drets lingüístics i donar compliment d'aquestos, denúncies que des del 2007 es poden tramitar per internet a través del web de l'ACC. Sobre els documents d'oferta de serveis, l'ACC recomana al consumidor:

-Tingueu en compte que els documents d'oferta de serveis (catàlegs, prospectes...) han de ser redactats sempre, almenys, en català.

-Si com a consumidors i consumidoras no respecten els vostres drets lingüístics, demaneu els fulls oficials de reclamació/denúncia i trameteu el full destinat a l'Administració, a l'Oficina Municipal o Comarcal d'Informació al Consumidor més propera, a l'Agència Catalana del Consum (vegeu l'apartat Adreces d'interès d'aquest web).²

Altres elements legiscats: l'etiquetatge dels productes està legiscat per la Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor de Catalunya, on s'estableix el dret del consumidor a rebre la informació dels productes en català. El no compliment dels drets lingüístics d'aquesta Llei es considera una infracció, tot i que la Generalitat de Catalunya encara no ha donat compliment a aquest dret, desenvolupant aquesta Llei i establint les sancions corresponents. L'atenció oral en català també queda garantida per la Llei 1/1998, però no és objecte d'aquest estudi.

² http://www.consum.cat/temes_de_consum/drets_linguistics/#10



Llei 1/1998, de 7 de gener, de Política Lingüística

CAPÍTOL V

L'activitat socioeconòmica

Article 31

Les empreses de servei públic

1. Les empreses i les entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com ara les de transport, de subministraments, de comunicacions i d'altres, han d'emprar, almenys, el català en la retolació i en les comunicacions megafòniques.
2. Les comunicacions i les notificacions escrites adreçades a persones residents a Catalunya per les empreses i les entitats a què fa referència l'apartat 1, incloses les factures i els altres documents de tràfic, s'han de fer almenys en català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà si ho demanen.

Article 32

L'atenció al públic

1. Les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han d'estar en condicions de poder atendre els consumidors i consumidoras quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials a Catalunya.
2. El Govern de la Generalitat ha de promoure, amb mesures adequades, l'increment de l'ús del català en l'àmbit a què es refereix l'apartat 1.
3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidoras dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.

Article 34

La informació a les persones consumidoras i usuàries

2. Les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge de productes catalans que gaudeixen de denominació d'origen, de denominació comarcal o de denominació de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya han d'ésser necessàriament, com a mínim, en català.



DISPOSICIONS ADDICIONALS

Cinquena

Garanties de compliment

Aquesta Llei no estableix sancions per als ciutadans i ciutadanes. Tanmateix:

b) L'incompliment dels preceptes dels articles 15, 30, 31 i 32.3 imputable a les empreses i les entitats

concernides es considera una negativa injustificada a satisfer les demandes de les persones usuàries i consumidores, a la qual s'ha d'aplicar el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del Consumidor

CAPÍTOL IV

Drets lingüístics dels consumidors

Article 26

Ús del català en la informació i en la contractació D'acord amb el que estableix l'article 3.3 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya:

a) Els consumidors tenen dret a rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat.

b) Qualsevol part interessada té dret a rebre en català els contractes d'adhesió, els contractes amb clàusules-tipus, els contractes normats, les condicions generals i la documentació que hi faci referència o que es desprengui de la realització d'algun dels contractes esmentats.

Article 29

Infraccions

Es consideren infraccions en matèria de defensa dels consumidors:

f) Vulnerar els drets lingüístics que són reconeguts per aquesta Llei als consumidors o impedir-ne l'exercici.



1.3 Estudis anteriors

Existeixen estudis anteriors sobre o amb referències d'usos del català en documents d'ofertes de serveis i catàlegs d'establiments. La major part fan referència a supermercats i hipermercats, però no a altres superfícies comercials. Comptem amb els següents estudis sobre usos lingüístics en superfícies de distribució alimentària que inclouen referències als catàlegs de productes: *La llengua als hipermercats i cadenes de supermercats de Catalunya l'any 1998*; *La llengua als supermercats i hipermercats de Catalunya l'any 2000*; *El Català en els supermercats i hipermercats d'alimentació a Catalunya: estudi comparatiu entre els diferents grups empresarials; primavera 2001*; *Estudi sociolingüístic als supermercats de les comarques de l'Anoia, Bages, Berguedà i Cerdanya*; *Els usos lingüístics als supermercats i hipermercats de Catalunya*; *Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca blanca de supermercats i hipermercats a Catalunya (2004)*.³

La següent Taula 1 mostra l'evolució dels usos lingüístics en els catàlegs de supermercats i hipermercats, segons els estudis elaborats per IPSOS ECO-CONSULTING per encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística, els anys 1998, 2000 i 2004. La presència del català decreix en benefici del castellà.

³ SOLÉ i CAMARDONS, J. *La llengua als hipermercats i cadenes de supermercats de Catalunya l'any 1998*. Barcelona, Departament de Cultura, Secretaria de Política Lingüística, 1999.

HEVIA, A. i SOLÉ i CAMARDONS, J. *La llengua als supermercats i hipermercats de Catalunya l'any 2000*. [Estudi encarregat per la Direcció General de Política Lingüística] Barcelona: Ipsos-Eco Consulting, 2000.

GASULL, B. *El Català en els supermercats i hipermercats d'alimentació a Catalunya: estudi comparatiu entre els diferents grups empresarials; primavera 2001*. Barcelona: Plataforma per la Llengua, 2001.

IPSOS-CONSULTING *Estudi sociolingüístic als supermercats de les comarques de l'Anoia, Bages, Berguedà i Cerdanya*. [Estudi encarregat per l'Institut de Sociolingüística Catalana amb la col·laboració del Consorci per la Normalització Lingüística de Montserrat]. Barcelona: Ipsos-Eco Consulting, gener 2002.

IPSOS ECO-CONSULTING *Els usos lingüístics als supermercats i hipermercats de Catalunya* [Estudi promogut pel Departament de Comerç, Turisme i Consum amb la col·laboració de la Secretaria de Política Lingüística del Departament de la Presidència]. Barcelona: Ipsos-Eco Consulting, 2004.

GASULL, B. *Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca blanca de supermercats i hipermercats a Catalunya (2004)*. Barcelona: Plataforma per la Llengua, 2004.



Taula 1. Evolució d'usos lingüístics en els catàlegs de Supermercats i Hipermercats a Catalunya dels anys 1998, 2000 i 2005, segons els estudis d' IPSOS ECO-CONSULTING:

Codi lingüístic/ any	1998	2000	2004
Català	60,9%	62,8%	50,3%
Bilingüe	18,5%	1,7%	5,8%
Castellà	20,6%	35,5%	43,9%

L'estudi de la Plataforma per la Llengua *El català en els sis primers grups de supermercats i hipermercats a Catalunya*, de l'any 2001, incloïa les següents empreses: Grup Miquel, Condis, Bon Preu, Caprabo, Carrefour i Mercadona. Segons aquest estudi, l'ús del català en els catàlegs d'aquestes empreses (Mercadona no tenia catàleg) era del 85,7%.

En l'estudi *Usos, actituds i serveis lingüístics a les empreses associades a la CECOT, 2000*⁴, es fa referència a usos lingüístics en els catàlegs de les empreses associades al CECOT. Algunes dades d'aquest darrer estudi són:

“El 33,8 % de les empreses enquestades admet no utilitzar mai o poques vegades el català en els seus opuscles i catàlegs, mentre que el 25 % afirma utilitzar-lo sempre o sovint i el 8,3 % algunes vegades. No obstant això, cal tenir en compte que el 32,8 % de les empreses de la CECOT no compta amb aquest tipus de publicitat.”

Per altra banda, l'estudi posa de manifest que l'ús del català és més elevat quan hi ha un contacte proper, directe i quotidià amb el consumidor:

“Clarament, el sector del comerç destaca per fer un ús més elevat del català als opuscles i catàlegs, mentre que les empreses de la construcció en fan un ús més moderat i les de la indústria més baix.”

També existeixen dades sobre ús del català en cartes d'establiments de restauració, document d'oferta de serveis que no s'inclou en el present estudi.

⁴ PRUNÉS A. i SOLÉ i CAMARDONS, J. *Usos, actituds i serveis lingüístics a les empreses associades a la CECOT, 2000*. [Estudi promogut pel Departament de Cultura en el marc del conveni entre la CECOT i el Consorci per a la Normalització Lingüística]. Institut DEP, publicat a Noves SL, *Revista de Sociolingüística*, tardor 2002.



2. METODOLOGIA

2.1 Univers i mostra

L'Univers de l'Estudi és el conjunt de catàlegs (com a documents d'oferta de serveis) de productes editats per les empreses amb establiments comercials a Catalunya, de les quals aquest estudi n'ha seleccionat una mostra representativa d'aquelles amb major superfície de venda. Per fer aquesta tria s'ha utilitzat el llistat de principals establiments comercials proporcionat pel Servei d'Equipaments Comercials del Departament de Comerç de la Generalitat de Catalunya. D'aquest llistat s'ha eliminat els Centres Comercials i les empreses que exploten els Centres Comercials, ja que aquests centres engloben diferents establiments i no editen catàlegs. Són casos com el de La Roca Company Stores, Heron City, La Maquinista, Illa Diagonal, Montigalà, etc. En canvi, s'ha fet les següents tres excepcions: El Corte Inglés, Hipercor i Eroski, tres centres comercials que sí que editen catàlegs, venen productes propis i compten amb diversos centres a Catalunya.

Del conjunt d'establiments comercials, s'ha cregut convenient separar-ne els Supermercats i Hipermercats, donada la importància i especificitat del sector de la distribució alimentària. Generalment, aquestes empreses no compten amb Grans Establiments Comercials (GEC), però la suma de la superfície de venda dels seus nombrosos establiments és superior a la d'empreses amb un o diversos GEC; és per això que en aquest cas no s'ha agafat com a referència la "*Relació de les principals empreses que operen a Catalunya en el sector de la distribució comercial alimentària*", proporcionat pel Servei d'Equipaments Comercials. La Taula 2 conté els Supermercats i Hipermercats seleccionats per l'estudi, que són aquells la superfície total de venda dels quals supera el 2% del total de superfície de venda del conjunt d'Hipermercats i Supermercats a Catalunya, segons dades d'*Alimarket*, número 193 de març del 2006⁵, la revista de referència del sector:

⁵ Aquest número fa referència a dades recollides el gener del 2006.



Taula 2. Supermercats i Hipermercats seleccionats per l'estudi, a partir de les dades d'Alimarket:

Supermercats i Hipermercats: 12
Grup Carrefour, Caprabo ⁶ , Condis, Mercadona, Grup Miquel Alimentació (GMA), Grup Bon Preu, Consum, Lidl, Superfícies de Alimentación ⁷ (SA), Grup Auchan, Grup Facsa, Grup El Corte Inglés.

Cal dir que s'ha introduït la següent actualització a les dades d'Alimarket del 2006: s'ha eliminat de l'estudi l'empresa Dinosol, que comptava amb un 2,40% de la superfície total de venda a Catalunya, ja que durant el 2007 ha estat absorbida per Consum (amb el 2,50%) i integrada a aquesta marca. Així, la superfície de venda de Dinosol s'ha sumat a Consum.

Les superfícies comercials que no son del sector de la distribució comercial alimentària, estan englobades sota la denominació de "Superfícies especialitzades". Són les que disposen d'almenys un GEC segons el Servei d'Equipaments Comercials:

Taula 3. Superfícies especialitzades i centres comercials seleccionats per l'estudi:

Superfícies especialitzades: 13
Esports: 1
Decathlon
Bricolatge: 4
Leroy Merlin, AKI Bricolatge, Werkhaus (Bauhaus), Bricoking
Equipament per la llar: 6
Ikea Iberica, Hipopotamo, Conforama Espanya, Rocamora Farré, Mobles Balti (abans El Tresillo Europeo), Almacenes Serra.
Joguines: 1
Toys "R" us Iberia
Cultura i lleure: 1
FNAC
Centres Comercials: 3
El Corte Inglés, Hipercor, Eroski

El número total d'empreses seleccionades és de 28; d'aquestes, 12 pertanyen al sector de la distribució alimentària (amb un total de 17 marques o cadenes de supermercats/ hipermercats, ja que hi ha empreses amb diverses cadenes d'establiments), 13 empreses especialitzades en activitats

⁶ Durant el 2007 Caprabo ha estat adquirida per Eroski, conservant però la marca originària de la cadena de supermercats i hipermercats catalana.

⁷ Correspon a la marca de supermercats Sorli Discau.



no alimentàries (esports, bricolatge, equipament per la llar, joguines, cultura i lleure) i 3 centres comercials.

2.2 Tractament de l'objecte d'estudi i treball de camp

L'objecte d'estudi són els catàlegs, prospectes o fulletons de venda de productes de les grans empreses d'establiments comercials a Catalunya, en tant que *documents d'oferta de serveis* més populars. L'estudi segueix la interpretació feta per l'Agència Catalana del Consum (ACC) segons la qual un catàleg per ser considerat document d'oferta de servei ha d'incloure el preu dels productes o serveis oferts. Per tant, en el punt 3 *Resultats* no s'hi inclouen catàlegs ni altre material imprès que no compti amb preus, ja que l'ACC no els considera documents afectats per la Llei de Política Lingüística. Pel que fa al compliment de la legalitat, no s'han considerat catàlegs legals aquells que no tenen el 100% de la informació en català.

L'estudi no discrimina la periodicitat dels catàlegs (és el mateix utilitzar-ne un d'annual que diversos de temporals, si s'ofereixen sempre a l'usuari) ni el tiratge d'exemplars, que tot i que pugui ser un element de major o menor impacte social. Només es valora el fet que l'establiment, que ja ha estat seleccionat segons la seva representativitat, compti o no amb catàleg. Ara bé, s'ha cregut convenient seleccionar almenys un element de fàcil observació que pugui ser un indicador de la major o menor repercussió pública dels catàlegs i les seves empreses: el número de pàgines totals del conjunt de catàlegs que cada empresa ofereix simultàniament en el temps i en el moment de les observacions per a l'elaboració de l'estudi. Aquesta dada determinarà l'indicador "*continguts*" dels catàlegs. Els formats de pàgina considerats són el Din A-3, Din A-4 i Din A-5. Tots els catàlegs observats s'han reduït a aquestes 3 mesures i prenent de referència el Din A-4, de manera que els catàlegs de format Din A-5 el número de pàgines s'ha dividit per 2 i els catàlegs de format Din A-3 el número de pàgines s'ha multiplicat per 2.



A partir dels catàlegs observats, s'ha obtingut les següents dades: número de catàlegs, pàgines totals i el percentatge d'ús del català sobre el total de continguts, de manera que, en el cas de catàlegs amb diferents versions idiomàtiques inclosa la catalana, l'ús del català és del 100% sobre el total de la informació.

La resta d'elements analitzats (retolació, rètols de productes, etiquetatge i pàgines electròniques) s'han observat de manera genèrica en funció de tres valors: ús del català generalitzat (total o gairebé), parcial i nul (aquest darrer pot incloure un ús testimonial); no s'ha optat doncs per una anàlisi més exhaustiva com en el cas dels estudis anteriorment citats, ja que es tracta d'elements secundaris en aquest estudi i complementaris als catàlegs, per tal d'obtenir una visió global de les empreses analitzades.

Pel recull de catàlegs s'ha escollit un establiment de cada una de les empreses seleccionades (Taula 4) i en una sola observació s'ha recollit la totalitat de catàlegs editats per l'empresa en qüestió que eren presents a l'establiment en aquell moment. Al mateix temps s'ha observat de forma genèrica la resta d'elements analitzats, a excepció dels webs, observats posteriorment.

Taula 4. Adreces dels establiments observats, per a cada cadena d'establiments:

Supermercats i Hipermercats	Adreces dels establiments observats
Carrefour	Av. Comunidad Europea, s/n. Badalona
Dia	C/ Rocafort, 244. Barcelona
Caprabo	C/ Rocafort, 241. Barcelona
Condis	C/ Bruc 166. Barcelona
Mercadona	Av. Roma, 22-30
Suma (GMA)	C/ Mallorca, 86. Barcelona
Bon Preu	C/ Verdi, 105-107. Barcelona
Esclat	C/ Mallorca, 1-3-5. Barcelona
Orangutan	Ctra. Tarragona, 4. Valls
Consum	C/ París, 53. Barcelona
Lidl	Ctra. del Pla, 134. Valls
Sorli Discau (SA)	C/ Provença 49. Barcelona
Alcampo	Av. Diagonal Mar, 15. Barcelona
Sabeco	Av. Tarragona, 100. Vilafranca del Penedès
El Corte Inglés	Plaça de Catalunya 14. Barcelona
Supermercats Jespac	C/ Consell de Cent, 246. Barcelona
Supermercats Keisy	C/ Consell de Cent, 409. Barcelona



El català en els catàlegs
dels grans establiments comercials i supermercats a Catalunya

Supermercats Del Rio	C/ Enric Granados, 101-103. Premià de Mar
Supermercats JR	Vilanova i la Geltrú
Superfícies especialitzades	Adreces dels establiments observats
Decathlon	Av. Diagonal 558. Barcelona
Leroy Merlin	Av. Comunitat Europea s/n. Badalona
AKI Bricolatge	Ronda Europa, 46. Vilanova i la Geltrú
Werkhaus (Bauhaus)	Passeig Zona Franca 99-105. Barcelona
Bricoking	C/Artesans 1-5. Valls
Ikea Iberica	C/ Luxemburg s/n. Badalona
Hipopotamo	Av. del Vallès, s/n. Terrassa
Conforama Espanya	C/Comunitat Europea s/n. Badalona
Rocamora Farré	Ctra. Tarragona-Lleida, km 15. Vallmoll
Mobles Balti (Tresillo Europeo)	N-II, km 719. Sarrià de Ter
Almacenes Serra	Av. Del Vallès 61. Terrassa
Toys "R" us Iberia	Av. Diagonal, 3 – 35. Barcelona
FNAC	El Triangle Plaça Catalunya, 4. Barcelona
Centres Comercials	
El Corte Inglés	Plaça de Catalunya 14. Barcelona
Hiperacor	Av. Meridiana, 350-358. Barcelona
Eroski	Av. Vidal i Barraguer 15-17. Tarragona

El Treball de Camp s'ha dut a terme durant els mesos d'octubre i novembre del 2007, ja que s'ha considerat com un dels períodes de renovació de catàlegs i de major presència dels mateixos, pel fet de coincidir amb l'inici de curs escolar i laboral, i l'inici de les campanyes de Nadal.

3. RESULTATS

3.1 Usos lingüístics segons activitats

En aquest apartat s'analitzen les dades d'usos lingüístics i compliment de la legislació lingüística en els catàlegs de productes, en cadascun dels tres grups d'activitats dels establiments: superfícies de distribució alimentària (punt 3.1.1), superfícies especialitzades i centres comercials (punt 3.1.2).

3.1.1 Supermercats i Hipermercats

L'ús del català en els catàlegs de supermercats i hipermercats és majoritari. Com veiem en el Gràfic 1, gairebé tots els continguts del total de catàlegs observats del sector de la distribució alimentària disposa de versió en català. La Taula 5 conté el número de catàlegs observats i el percentatge de continguts en català, a partir del número de pàgines; 20 dels 23 catàlegs observats són plenament en català.

Taula 5. Continguts en català en els catàlegs de Supermercats i Hipermercats observats:

Supermercats i Hipermercats	Número catàlegs	Catàlegs en català: total/ parcial ⁸	Número de pàgines total	Pàgines en català	Pàgines en castellà	Percentatge continguts en català
Grup Carrefour:						
Carrefour	3	3	260	260	0	100%
Carrefour Exprés ⁹	1	1	2	2	0	100%
Dia / Maxi dia	2	2	26	26	0	100%
Caprabo	3	3	22	22	0	100%
Condis	-	-	-	-	-	-
Mercadona	-	-	-	-	-	-
Suma (GMA)	1	1	12	12	0	100%
Grup Bon Preu:						
Esclat	3	3	132	132	0	100%
Bon Preu	1	1	24	24	0	100%
Consum	1	1	8	8	0	100%
Lidl	1	0	32	0	32	0%
Sorli Discau	1	1	16	16	0	100%
Grup Auchan:						6%

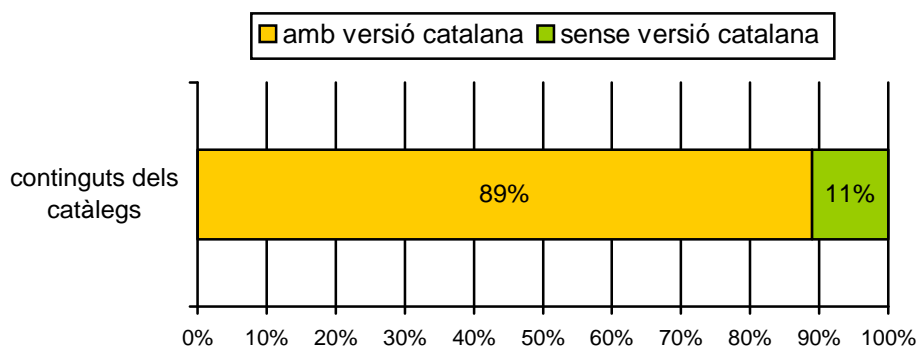
⁸ Especifica si el català s'utilitza en el total de la informació del catàleg o només en una part.

⁹ Abans Champion.



Alcampo	1	0/1	24	1	23	4%
Sabeco	1	0/1	24	2	22	8%
Grup Facsa ¹⁰ : S. Jespac S. Keisy Del Rio S. JR Supermercats	1	1	12	12	0	100% 100% 100% 100% 100%
G. El Corte Inglés	3	3	92	92	92	100%
Totals	23	20/2	686	609	169	89%

Gràfic 1. Percentatge d'ús del català en el total dels continguts dels catàlegs de Supermercats i Hipermercats observats:

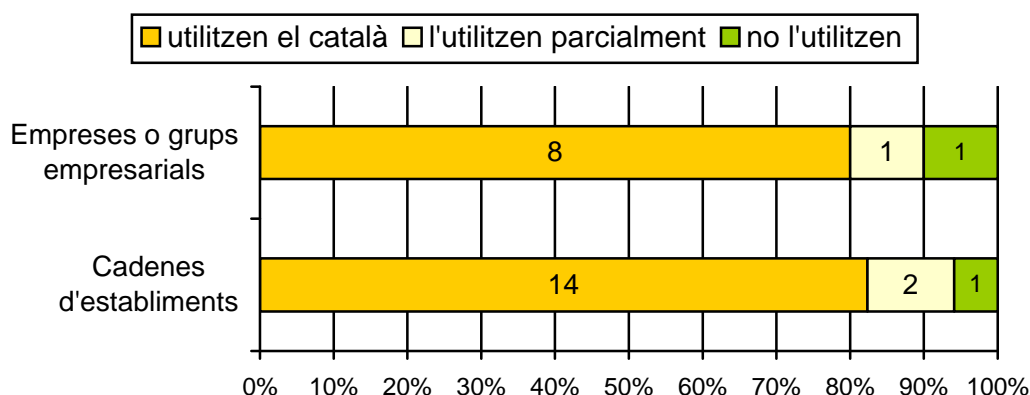


Gairebé totes les grans cadenes de supermercats i hipermercats a Catalunya utilitzen el català en els seus catàlegs de productes. Com veiem en el Gràfic 2, 8 empreses utilitzen el català, una parcialment i una no l'utilitza gens. Si comptem les cadenes d'establiments, 14 utilitzen el català en tots els catàlegs, 2 l'utilitzen parcialment i 1 no l'utilitza.

¹⁰ No s'han observat les cadenes d'establiments del Grup que compten amb un o pocs establiments. Durant el 2007 els Supermercats Tic-Tac, abans dins del Grup FACSA, han estat adquirits per Sabeco, del Grup Auchan.

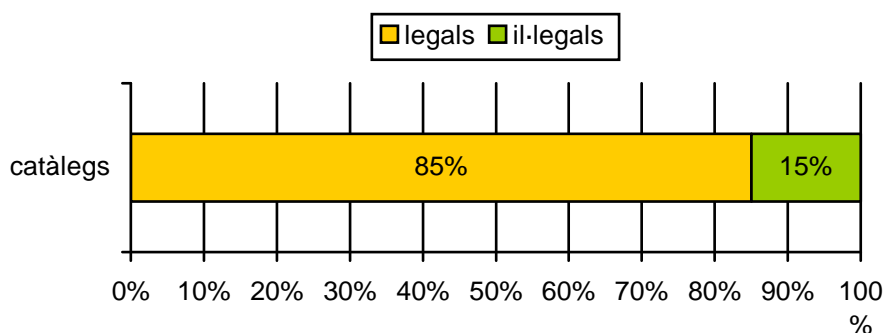


Gràfic 2. Número d'empreses o grups empresarials i cadenes d'establiments del sector de la distribució alimentària observats, que utilitzen totalment o parcial el català en els seus catàlegs:



Pel que fa a la legislació lingüística catalana, el 85% dels catàlegs de productes dels supermercats i hipermercats a Catalunya la compleixen, tal com observem en el Gràfic 3. Agafant com a referència la Taula 5 (pàgina 16), els catàlegs il·legals són els que tenen els continguts parcialment en català i els que no tenen versió catalana. S'han observat 3 catàlegs de supermercats i hipermercats il·legals, els de les cadenes LIDL, Alcampo i Sabeco, que representen un 15% del total de catàlegs. Els 20 restants són legals.

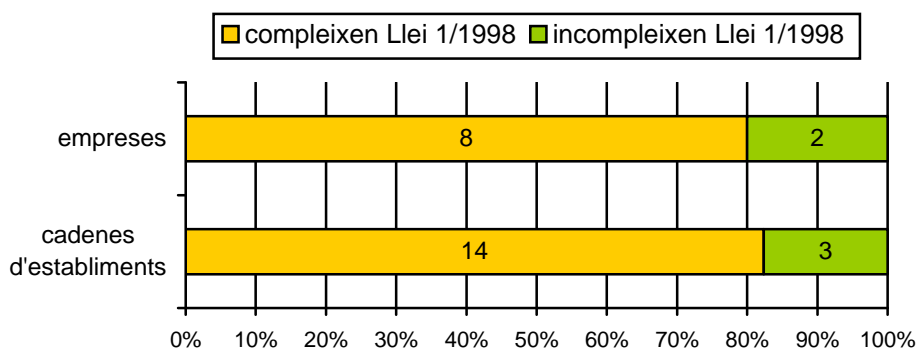
Gràfic 3. Percentatge de catàlegs de Supermercats i Hipermercats que compleixen i incompleixen la Llei 1/1998:





El 82% de les cadenes de supermercats i hipermercats a Catalunya compleixen la legislació lingüística en els seus catàlegs de productes. Com veiem en el Gràfic 4, només una minoria tant de grups empresarials com de cadenes d'establiments de la distribució alimentària a Catalunya incompleixen la Llei 1/1998 de Política Lingüística pel que fa als catàlegs de productes i oferta de serveis: LIDL, Alcampo i Sabeco, aquestes dues darreres del Grup Auchan. En canvi, 8 d'un total de 10 empreses compleixen la Llei 1/1998 pel que fa als catàlegs.

Gràfic 4. Número d'empreses o grups empresarials i cadenes d'establiments observades del sector de la distribució alimentària que compleixen i incompleixen la Llei 1/1998, pel que fa als catàlegs de productes:



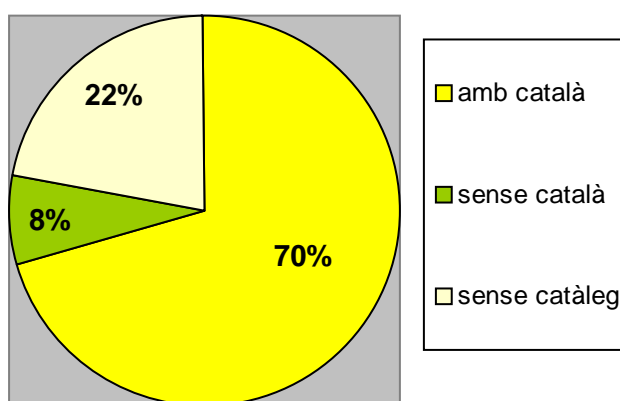
La major part de la superfície de venda dels supermercats i hipermercats disposa de catàlegs en català. A partir de les dades de la Taula 6 sobre la importància de cada empresa segons la superfície total de venda a Catalunya, el Gràfic 5 mostra el percentatge d'aquesta superfície en relació als usos lingüístics dels catàlegs de productes de les respectives empreses. Així doncs, a partir del total de metres quadrats dels establiments de les empreses analitzades, obtenim que el percentatge del total de superfície de venda que compta amb catàlegs de productes amb català és del 70%, davant d'un 8% sense versió catalana. Un 22% de la superfície total de venda no compta amb catàlegs. Cal tenir en compte que un 16'5% de la superfície total de venda no ha estat analitzada perquè les respectives empreses no superen el 2% de la superfície total de venda.



Taula 6. Importància segons superfície de venda dels supermercats i hipermercats observats, del sector de la distribució alimentària a Catalunya, i ús del català en els catàlegs:

Supermercats i Hipermercats	Superfície de venda total ¹¹	Percentatge sobre el sector	Percentatge sobre les empreses observades	Ús del català en els catàlegs
Grup Carrefour	286.493 m2	18,7%	22'5%	100%
Caprabo ¹²	246.473 m2	16,0%	19'2%	100%
Condis	142.600 m2	9,3%	11'1%	Sense catàleg
Mercadona	139.348 m2	9,0%	10'9%	Sense catàleg
Miquel Alimentació	82.534 m2	5,4%	6'4%	100%
Grup Bon Preu	79.513 m2	5,2%	6'2%	100%
Consum ¹³	75.706 m2	4,9%	5'9%	100%
Lidl	58.380 m2	3,8%	4'6%	0%
Superfícies de Alimentación ¹⁴	48.686 m2	3,2%	3'8%	100%
Grup Auchan	43.323 m2	2,8%	3'4%	6% ¹⁵
Grup Facsa	38.665 m2	2,5%	3%	100%
El Corte Inglés	38.400 m2	2,5%	3%	100%
Altres (no observat)	253.037 m2	16,5%	-	-
Totals	1.533.158m2	100%	100% (1.280121m2)	70%

Gràfic 5. Total de la superfície de venda d'empreses observades de la distribució alimentària a Catalunya, que disposa de catàlegs en català:



¹¹ Dades d'Alimarket n. 193, del gener del 2006.

¹² Durant el 2007 Caprabo ha estat adquirida per Eroski, conservant però la marca originària de la cadena de supermercats i hipermercats catalana.

¹³ Inclou superfície de venda de Supermercats Dinosol

¹⁴ Correspon a la marca de supermercats Sorli Discau.

¹⁵ La superfície de venda del Grup Auchan està comptabilitzat en el grup "sense català" del gràfic 5.



3.1.2 Superfícies especialitzades i centres comercials

La major part dels continguts dels catàlegs de les superfícies especialitzades i centres comercials són en català. Com veiem en el Gràfic 6, el 68% dels continguts de catàlegs de superfícies especialitzades i el 78% dels continguts de catàlegs dels centres comercials, disposen de versió en català. La Taula 7 conté el número de catàlegs observats, els que són en català i el percentatge de continguts en català, a partir del número de pàgines. Per altra banda, només 12 (un 35'3%) dels 34 catàlegs de superfícies especialitzades i 10 (un 45'4%) dels 22 catàlegs dels centres comercials són en català o parcialment en català; aquest baix percentatge és degut bàsicament a l'elevat nombre de catàlegs il·legals de les empreses Decathlon i El Corte Inglés.

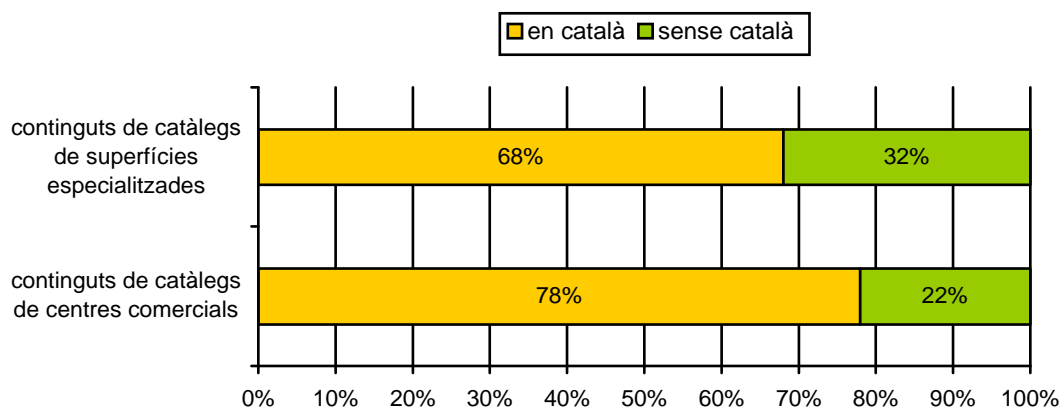
Taula 7. Continguts en català en els catàlegs de les superfícies especialitzades i centres comercials observats:

Empreses	Número catàlegs	Catàlegs en català: total/parcial ¹⁶	Número de pàgines total	Pàgines en català	Pàgines en castellà	Percentatge continguts en català
Superfícies especialitzades	34	11/1	875	594	683	68%
Esports: 1	20	6	89	76	51	84%
Decathlon	20	6	89	76	51	84%
Bricolatge: 4	5	1	120	24	96	20%
Leroy Merlin	2	0	40	0	40	0%
AKI Bricolatge	1	0	32	0	32	0%
Werkhaus (Bauhaus)	1	0	24	0	24	0%
Bricoking	1	1	24	24	0	100%
Equipament per llar	6	3/1	476	382	458	80%
Ikea Iberica	4	3	444	376	432	85%
Hipopotamo	1	0/1	12	6	6	50%
Conforama Espanya	1	0	20	0	20	0%
Rocamora Farré	-	-	-	-	-	-
Mobles Balti	-	-	-	-	-	-
Almacenes Serra	-	-	-	-	-	-
Joguines	1	1	112	112	0	100%
Toys "R" us Iberia	1	1	112	112	0	100%
Cultura i lleure	2	0	78	0	78	0%
FNAC	2	0	78	0	78	0%
Centres Comercials	22	9/1	857	673	804	78'5%
El Corte Inglés	19	7	729	568	729	78%
Hiperacor	1	1	52	52	0	100%
Eroski	2	1/1	76	53	75	70%
Totals	56	20/2	1732	1267	1487	73%

¹⁶ Especifica si el català s'utilitza en el total de la informació del catàleg o només en una part.

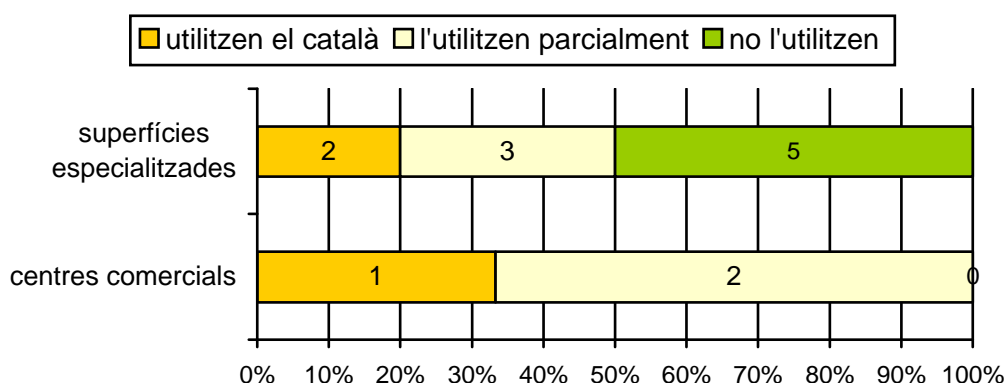


Gràfic 6. Percentatge d'ús del català en el total dels continguts dels catàlegs de superfícies especialitzades i centres comercials observats:



El 61% de les superfícies especialitzades i centres comercials més grans a Catalunya utilitzen el català en els seus catàlegs. Com veiem en el Gràfic 7, del total d'aquests establiments i centres, 8 utilitzen el català totalment o parcial en els seus catàlegs i 5 no l'utilitzen. D'aquests darrers, 3 pertanyen al subsector del bricolatge: Leroy Merlin, AKI Bricolatge, Bauhaus, més les empreses Conforama i FNAC.

Gràfic 7. Número de superfícies especialitzades i centres comercials observats que utilitzen totalment o parcial el català en els seus catàlegs:



La majoria dels catàlegs observats tant en superfícies especialitzades com en centres comercials incompleixen la Llei 1/1998. Com hem vist en el Gràfic 6, la majoria de les pàgines dels catàlegs tenen versió catalana, però en canvi la major part dels catàlegs no compleixen la llei perquè no tenen la totalitat dels



continguts en català, o bé perquè hi ha molts catàlegs d'una o poques pàgines que incompleixen la llei. Això es deu en gran mesura als 10 catàlegs de Viajes El Corte Inglés, única secció encara no normalitzada per part del centre comercial, i els 13 catàlegs d'un sol full de Decathlon. Aquestes dues empreses acumulen 25 dels 40 catàlegs observats que incompleixen la Llei (en vermell en la Taula 8). Malgrat això, l'ús del català per pàgines en els catàlegs d'aquestes dues empreses és al voltant del 80% (vegeu Gràfic 11 de la pàgina 27) i s'han compromès a incloure el català en tot el seu material imprès i serveis, tal com han anat fent progressivament els darrers anys.

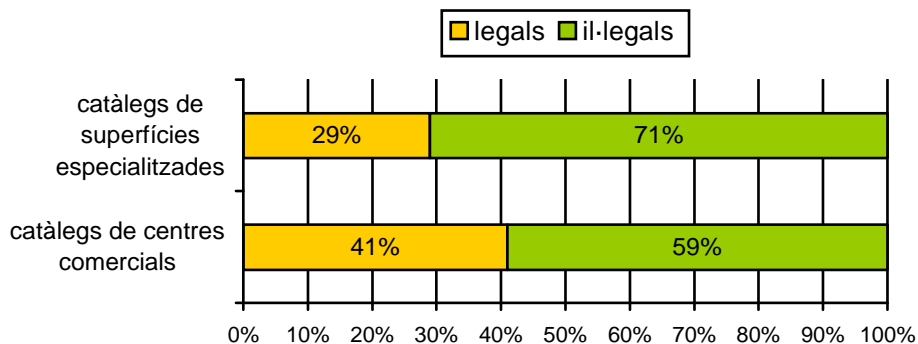
La Taula 8 conté el número de catàlegs legals i il·legals de cada empresa. En el gràfic 8 veiem com els percentatges de compliment de la llei en aquests catàlegs són del 29% i del 41% en superfícies especialitzades i centres comercials, respectivament.

Taula 8. Compliment de la Llei 1/1998 en els catàlegs de productes observats en superfícies especialitzades i centres comercials:

Catàlegs de productes	Total de catàlegs observats	Catàlegs Legals	Catàlegs Il·legals	Percentatge catàlegs legals
Superfícies especialitzades	34	10	24	29%
Esports	20	7	13	35%
Decathlon	20	7	13	35%
Bricolatge	5	1	4	20%
Leroy Merlin	2	0	2	0%
AKI Bricolatge	1	0	1	0%
Bauhaus (Werkhaus)	1	0	1	0%
Bricoking		1	0	100%
Equipament per la llar	6	3	3	50%
Ikea Iberica	4	3	1	75%
Hipopotamo	1	0	1	0%
Conforama España	1	0	1	0%
Rocamora Farré	-	-	-	-
Mobles Balti	-	-	-	-
Almacenes Serra	-	-	-	-
Joguines	1	1	0	100%
Toys "R" us Iberia	1	1	0	100%
Cultura i lleure	2	0	2	0%
FNAC	2	0	2	0%
centres comercials	22	9	13	41%
El Corte Inglés	19	7	12	37%
Hipercor	1	1	0	100%
Eroski	2	1	1	50%

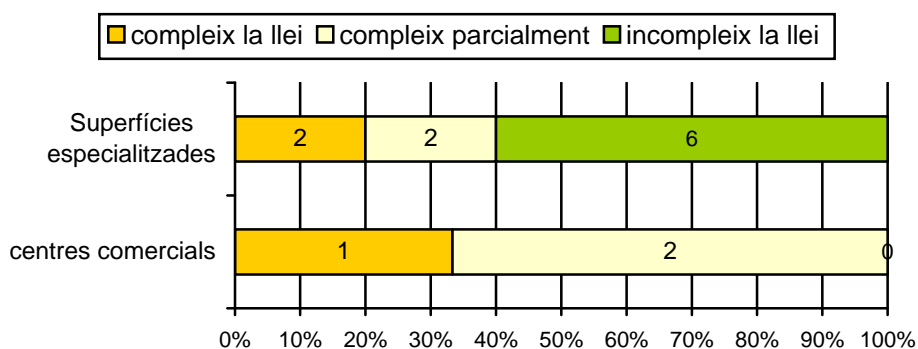


Gràfic 8. Percentatge de catàlegs de superfícies especialitzades i centres comercials observats que compleixen i incompleixen la Llei 1/1998:



La majoria de superfícies especialitzades i centres comercials observats no compleixen totalment la legislació lingüística en els seus catàlegs, tal com mostra el Gràfic 9. Tot i això, els graus de compliment són elevats i només l'incompleixen totalment les següents 6 empreses: Leroy Merlin, AKI Bricolatge, Bauhaus, Hipopotamo, Conforama i FNAC. De les altres empreses, 3 compleixen la Llei de forma total en els seus catàlegs i les altres 4 en la majoria d'ells (però no tots).

Gràfic 9. Número de superfícies especialitzades i centres comercials observats que compleixen, compleixen parcialment i incompleixen la Llei 1/1998 en els catàlegs de productes:





3.2 Resultats en el conjunt de les empreses observades

En aquest apartat es donen les dades generals sobre ús del català i compliment de la Llei 1/1998, en els catàlegs de productes de tots els establiments observats. S'hi sumen els tres grups d'establiments: supermercats i hipermercats, superfícies especialitzades i centres comercials.

3.2.1 Presència del català en els catàlegs de productes

La presència global del català en els catàlegs observats segons nombre de pàgines és del 77%. En la Taula 9 també observem que dels 79 catàlegs observats, 44 (un 55'7%) utilitzen el català totalment o parcial (40 catàlegs totalment i 4 parcial); 35 catàlegs (44'3%) no tenen versió catalana.

Taula 9. Continguts en català en els catàlegs de totes les empreses observades:

Empreses	Número catàlegs	Catàlegs en català: total/parcial ¹⁷	Número de pàgines total	Pàgines en català	Pàgines en castellà	Percentatge continguts en català
Supermercats i Hipermercats: 12	23	20/2	686	609	169	89%
Superfícies especialitzades: 13	34	11/1	875	594	683	68%
Esports: 1	20	6	89	76	51	84%
Bricolatge: 4	5	1	120	24	96	20%
Equipament per la llar: 6	6	3/1	476	382	458	80%
Joguines: 1	1	1	112	112	0	100%
Cultura i lleure: 1	2	0	78	0	78	0%
Centres Comercials: 3	22	9/1	857	673	804	78'5%
TOTALS: 28	79	40/4	2418	1876	1656	77'5%

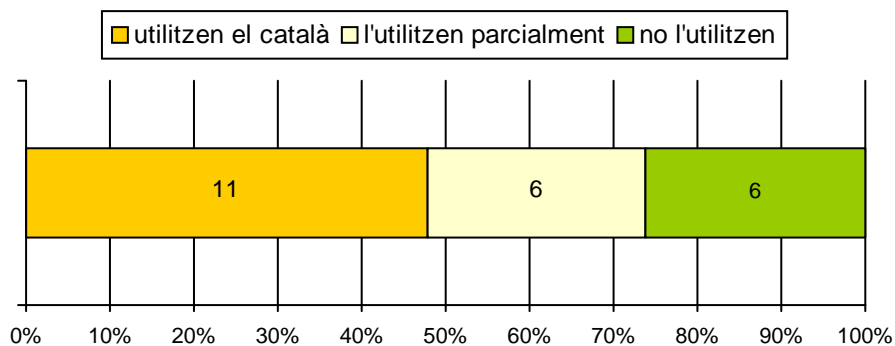
¹⁷ Especifica si el català s'utilitza en el total de la informació del catàleg o només en una part.



El 74% de les empreses observades utilitzen el català en els seus catàlegs.

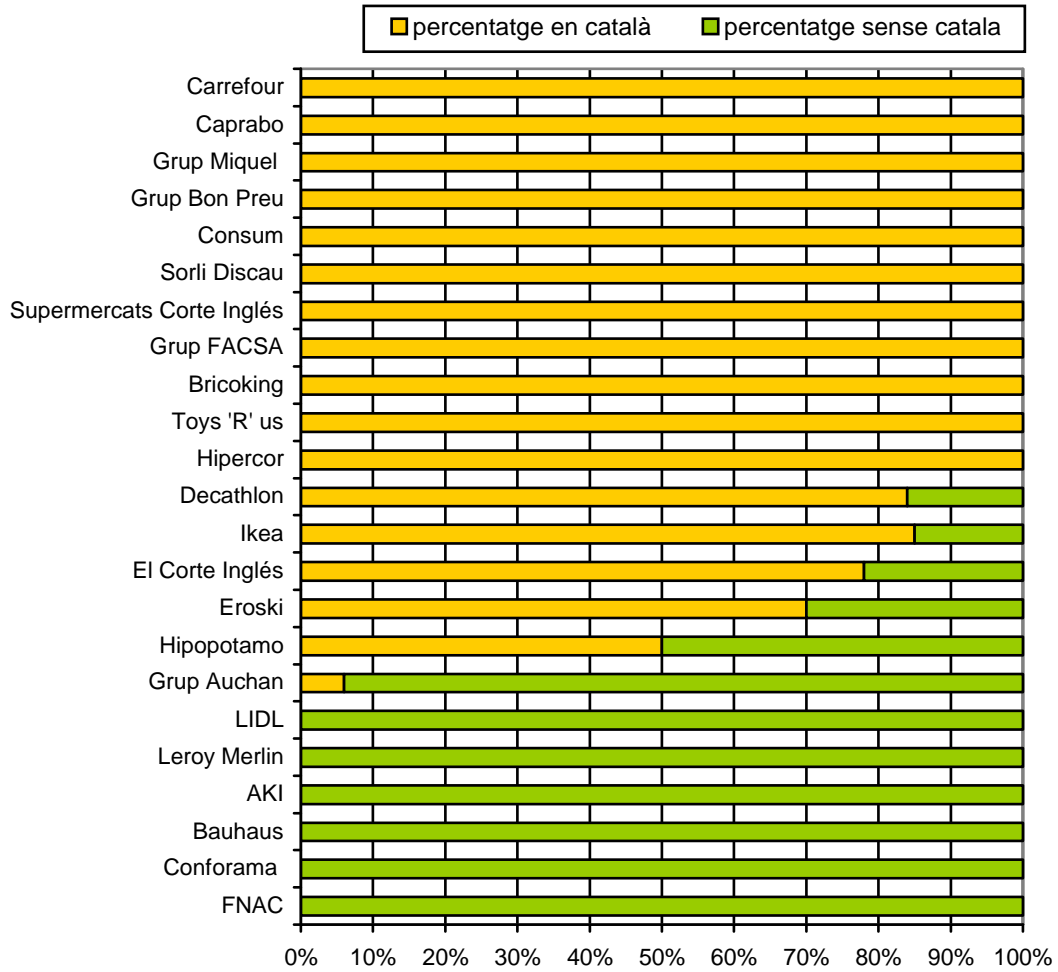
El Gràfic 10 mostra el número i percentatge d'empreses que utilitzen el català: 11 l'utilitzen sempre, 6 parcialment i 6 no l'utilitzen. El Gràfic 11 ens mostra el percentatge d'ús del català en els continguts dels catàlegs de cadascuna de les empreses observades. No utilitzen el català mai les empreses LIDL, Leroy Merlin, AKI, Bauhaus, Conforama i FNAC. L'utilitzen de forma parcial: Decathlon (84% dels continguts), IKEA (85%), El Corte Inglés (78%), Eroski (70%), Hipopótamo (50%) i Grup Auchan (6%: Alcampo 4% i Sabeco 8%).

Gràfic 10. Número d'empreses o Grups empresarials observats que utilitzen totalment o parcial el català en els seus catàlegs:





Gràfic 11. Percentatge d'ús del català en els catàlegs de cadascuna de les empreses o Grups empresarials observats :





3.2.2 Compliment de la Llei 1/1998 en els catàlegs de productes

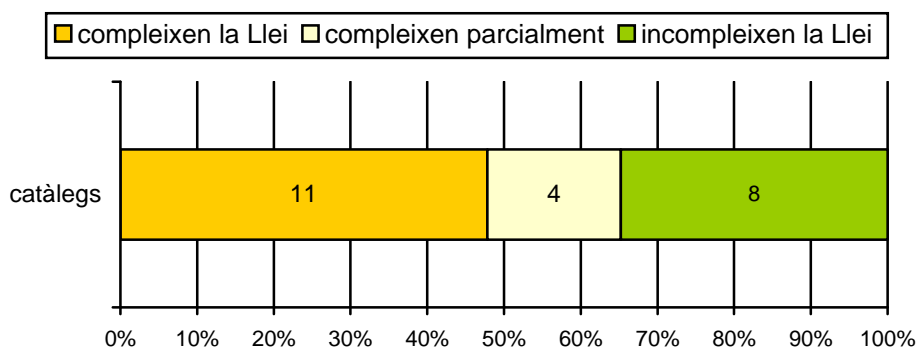
La meitat dels catàlegs observats (el 49'4%) compleixen la Llei 1/1889. La Taula 10 recull el número de catàlegs legals i il·legals de cada activitat econòmica: d'un total de 79 catàlegs observats, 39 (un 49'4%) són legals i 40 (un 50'6%) il·legals.

Taula 10. Compliment de la Llei 1/1998 en els catàlegs de productes observats:

Catàlegs de productes	Total de catàlegs observats	Catàlegs Legals	Catàlegs Il·legals	Percentatge catàlegs legals
Supermercats/ Hiper.	23	20	3	85%
Superfícies especialitzades	34	10	24	29%
Esports	20	7	13	35%
Bricolatge	5	1	4	20%
Equipament per la llar	6	3	3	50%
Joguines	1	1	0	100%
Cultura i lleure	2	0	2	0%
Centres comercials	22	9	13	41%
TOTALS	79	39	40	49'4%

La meitat de les empreses observades compten amb catàlegs que incompleixen la Llei 1/1998. Segons el Gràfic 12, 11 empreses compleixen la Llei en tots els seus catàlegs de productes, 4 empreses tenen algun catàleg que la compleix i algun que no i 8 empreses no la compleixen en cap dels seus catàlegs.

Gràfic 12. Número d'empreses o grups empresarials observats que compleixen la Llei 1/1998, la compleixen parcialment o la incompleixen, pel que fa als catàlegs de productes:





4. ALTRES USOS LINGÜÍSTICS

Malgrat l'estudi se centra en els catàlegs, en aquest apartat s'hi inclou també les observacions d'usos lingüístics dels següents elements de comunicació amb el client: webs i serveis electrònics (punt 4.1); retolació, rètols dels productes com a documents d'oferta de serveis i etiquetatge de productes de marques blanques o pròpies (punt 4.2). El tractament d'aquests elements és més superficial i en l'estudi té un caire secundari respecte als catàlegs. L'objectiu d'incloure aquests altres elements és el d'oferir una visió més àmplia dels comportaments lingüístics de les empreses. Tal com s'ha dit en la metodologia, el tractament d'aquests elements consta d'una valoració en tres graus, segons l'ús lingüístic del català: 1) ús del català generalitzat (total o gairebé), 2) ús del català parcial i 3) ús del català nul (aquest darrer pot incloure un ús testimonial).

4.1 Usos lingüístics en les pàgines i serveis electrònics

El 56% de les pàgines observades utilitzen el català de forma total o parcial. A partir de les dades de la Taula 11 sobre idiomes utilitzats en els webs de les cadenes d'establiments observades, el Gràfic 13 ens mostra que el català és present de forma total o parcial en 17 de les 30 webs, mentre que el castellà és present en la quasi totalitat. Només en els web de Mercadona i Erosky apareixen altres llengües, que són el gallec, basc, anglès i alemany.

Taula 11. Idiomes en les pàgines electròniques de les cadenes d'establiments observades per Catalunya i/o l'Estat espanyol:

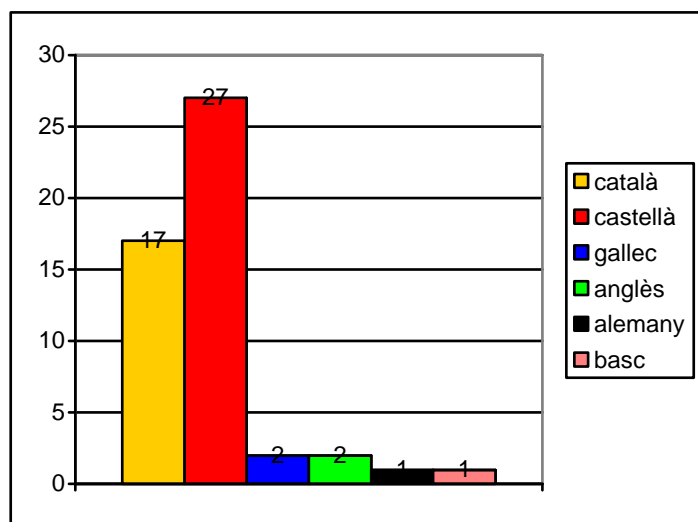
Supermercats i Hipermercats	Pàgines electròniques	Idiomes del web
Grup Carrefour: Carrefour Dia	www.carrefour.es www.dia.es	castellà, català (parcial) castellà
Caprabo	www.caprabo.com	català, castellà
Condis	www.condis.es	català, castellà
Mercadona	www.mercadona.es	Català (diferència "català" i "valencià"), castellà, gallec, anglès, alemany.
Grup Miquel Alimentació:	www.miquel.es	català, castellà



Suma Próxim Supermercados		
Bon Preu	www.bonpreu.cat	català, castellà
Consum	www.consum.es	català, castellà
Lidl	www.lidl.es	castellà
Superfícies de Alimentación	www.sorlidiscau.es	català, castellà
Grup Auchan: Alcampo Sabeco	www.alcampo.es www.sabeco.es	castellà castellà
El Corte Inglés	www.elcorteingles.es	català (parcial), castellà
Grup Facsa	www.fac-sa.es www.jespac.com	català català
Superfícies especialitzades		
Esports		
Decathlon	www.decathlon.es	castellà
Bricolatge		
Leroy Merlin	www.leroymerlin.es/	castellà
AKI Bricolatge	www.aki.es	castellà
Bauhaus (Werkhaus)	www.bauhaus.es/	castellà
Bricoking	www.bricoking.com	castellà
Equipament per la llar		
Ikea Iberica	www.ikea.com	català (parcial), castellà
Hipopotamo	www.hipogegant.com	Castellà, català (parcial)
Conforama España	www.conforama.es/	castellà
Rocamora Farré	www.moblesrem.com/	català, castellà
Mobles Balti	http://moblesbalti.9mercat.com	català
Almacenes Serra	www.amserra.es/	català, castellà
Joguines		
Toys "R" us Iberia	www.toysrus.es	castellà
Cultura i lleure		
FNAC	www.fnac.es	castellà
Centres Comercials		
El Corte Inglés		
Hipercor	www.hipercor.es	castellà
Eroski	www.eroski.es	Català (diferència "català" i "valencià"), basc, castellà, gallec, anglès
	Total pàgines: 30	Total idiomes: 6



Gràfic 13. Presència d'idiomes en els webs de les cadenes d'establiments observades:



Tot i que un 56% dels webs utilitzen el català de forma total o parcial, aquest dèficit lingüístic sorprèn donada la importància del català en les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC). Recordem que el català gaudeix de gran salut a internet i està posicionada com una de les llengües més utilitzades a internet, amb dades com les següents:

- 1) el català és la 19a llengua en número de pàgines web per parlant i la 26a en número de pàgines web absolutes¹⁸;
- 2) és la segona llengua mundial més utilitzada en blocs¹⁹ i és una de les 36 llengües utilitzades per l'administrador principal de blocs **Blogger**;
- 3) el català va ésser la segona llengua en incorporar-se a l'enciclopèdia electrònica **Wikipedia** després de l'anglès i està entre les 20 primeres llengües amb més articles a Wikipedia;
- 4) el principal cercador, **Google**, ofereix molts dels seus serveis en català i Google Books digitalitzarà llibres en català de 5 biblioteques catalanes, les primeres institucions de parla no anglesa a signar un conveni així;
- 5) El domini.cat, que agrupa els webs de la comunitat catalanoparlant, és el primer i únic domini de caire lingüístic i cultural del món, compta

¹⁸ Estudi del 2005 "La salut del català a Internet", de Softcatalà.

¹⁹ Estudi de Nitle Blog Census (EUA), de blocs que contenen com a mínim 500 bytes de text.



amb vint-i-quatre mil de registrats i és el cinquè domini del món amb un nombre més alt de documents per domini.

Cal dir que l'ús del català en serveis que tenen les TIC com a base del negoci, com la venda a través de la xarxa, és àmpliament present en sectors com el de les aerolínies, els hotelers, informació turística, etc. En el cas dels grans establiments, el servei de venda electrònica és ofert en català per empreses com Caprabo o Condis, però no en d'altres com El Corte Inglés, Mercadona o Carrefour. El desconeixement per part d'algunes empreses de la vitalitat del català en les TIC pot ser el causant d'aquesta mitjana presència de la llengua en els serveis electrònics, ja que les dades anteriors evidencien que la comunitat lingüística catalana viu més intensament el fenomen de la societat en xarxa que d'altres, i per tant els seus parlants són més proclius a la visita de llocs webs comercials i a l'ús del comerç electrònic.

4.2 Usos lingüístics en la retolació, rètols dels productes i etiquetatge de productes propis

A partir dels usos lingüístics recollits en la Taula 12, observem com la major part de les empreses utilitzen el català en la retolació i rètols de productes, però no en l'etiquetatge dels productes propis.

Taula 12. Usos lingüístics en la retolació, en els rètols de preus i indicacions de productes i en l'etiquetatge de marques blanques, de les empreses i cadenes d'establiments observats:

Ús del català	Retolació dels establiments	Rètols dels productes	Etiquetatge de marca blanca
Supermercats/ Hipermercats			
Grup Carrefour:	Generalitzat	Parcial	Nul
Carrefour	Generalitzat	Parcial	Nul
Carrefour Exprés	Generalitzat	Parcial	Nul
Dia	Generalitzat	Parcial	Nul
Caprabo	Generalitzat	Generalitzat	Parcial



Condis	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Mercadona	Generalitzat	Generalitzat	Testimonial ²⁰
G. Miquel Alimentació: Suma	Generalitzat	Generalitzat	Testimonial
Grup Bon Preu: Esclat Bon Preu Orangutan	Generalitzat Generalitzat Generalitzat Generalitzat	Generalitzat Generalitzat Generalitzat Generalitzat	Generalitzat generalitzat generalitzat generalitzat
Consum	Generalitzat	Parcial	Parcial
Lidl	Generalitzat	Parcial	Nul
Sorli Discau	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Grup Auchan: Alcampo Sabeco	Generalitzat No observat	Nul Nul Nul	Testimonial
Grup El Corte Inglés	Generalitzat	Parcial	Testimonial
Grup Facsa: Supermercats Jespac Supermercats Keisy Supermercats Del Rio Supermercats JR	Parcial Generalitzat Generalitzat Parcial Parcial	Parcial Generalitzat Generalitzat Generalitzat Parcial	Nul
Superfícies especialitzades			
Esports			
Decathlon	Parcial	Nul	Nul
Bricolatge			
Leroy Merlin	Parcial	Nul	No observat
AKI Bricolatge	Generalitzat	Nul	No observat
Bauhaus	Parcial ²¹	Nul	No observat
Bricoking	Generalitzat	Parcial	No observat
Equipament per la llar			
Ikea Iberica	Generalitzat	Nul	Nul
Hipopotamo	Parcial	Parcial	No observat
Conforama España	Parcial	Parcial	No observat
Rocamora Farré	Generalitzat	Generalitzat	No observat
Mobles Balti	Generalitzat	Generalitzat	No observat
Almacenes Serra	Generalitzat	-	No observat
Joguines			
Toys "R" us Iberia	No observat	Parcial	Nul
Cultura i lleure			
FNAC	Parcial	Nul	No observat
Centres comercials			
El Corte Inglés	Generalitzat	Parcial	Nul
Hipercor	Generalitzat	Parcial	Nul
Eroski	Parcial	Nul	Generalitzat
Empreses que utilitzen el català	28 (totes)	19 de 26	6 de 18 observades

²⁰ L'ús testimonial del català en l'etiquetatge es deu majoritàriament als productes propis amb Denominació d'Origen catalana, o bé a alguns productes aïllats etiquetats en català. Aquests casos es comptabilitzen com a ús del català nul.

²¹ En l'establiment de la Zona Franca l'ús del català en la retolació és nul, però en l'establiment de Girona, l'ús del català és generalitzat. S'ha optat doncs, per considerar un ús global del català parcial.



Totes les empreses o grups empresarials i cadenes d'establiments utilitzen de forma total o parcial el català en la retolació dels seus establiments, tant a l'interior com a l'exterior dels locals. És, per tant, l'element d'informació o de relació amb el consumidor amb un ús del català més normalitzat.

La major part d'empreses utilitzen el català en els rètols de preus com a documents d'ofertes de serveis, tal com veiem en el Gràfic 14. De 26 empreses, 8 utilitzen el català totalment en els rètols dels productes, 11 l'utilitzen parcialment i 8 no l'utilitzen. El conjunt de l'ús del català, total o parcial, és del 69% de les empreses o bé el 73% de les cadenes d'establiment (25 cadenes l'utilitzen i 9 no).

Pel que fa a l'etiquetatge, només 6 de les 18 empreses observades utilitzen de forma parcial o total el català; malgrat tot, l'etiquetatge en català ha augmentat considerablement els últims anys en les prestatgeries de tots els establiments, tant en número de productes de marca blanca com d'altres fabricants²². Recordem que la Llei de l'Estatut del Consumidor de Catalunya estableix el dret del consumidor de rebre els productes etiquetats en català des de l'any 1993. Tot i que la Generalitat de Catalunya encara no ha donat compliment d'aquest dret, establint el procés sancionador corresponent, l'incompliment dels drets lingüístics de l'Estatut del Consumidor és considerat una infracció d'aquesta Llei (3/1993). Per part del consumidor, aquest incompliment representa una vulneració dels propis drets reconeguts legalment.

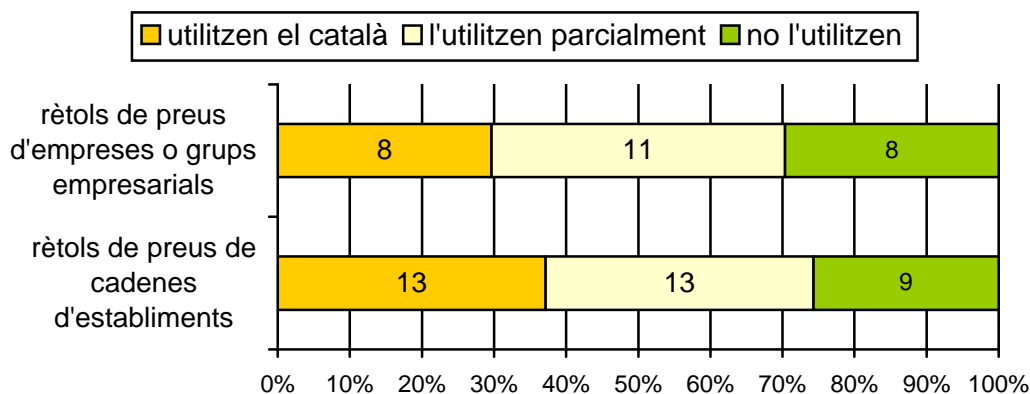
²² Veure estudis:

Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca blanca de supermercats i hipermercats a Catalunya, 2004. Plataforma per la Llengua. Versió digital a: <http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=31> ;

L'evolució de l'etiquetatge en català, 2004. Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català (ADEC) Versió digital a: <http://www.adec-cat.org/estudi.pdf>



Gràfic 14. Número d'empreses o Grups empresarials i cadenes d'establiments observats que utilitzen totalment o parcial el català en els rètols de preus com a documents d'oferta de serveis:



4.3 Compliment de la Llei 1/1998 en el conjunt d'elements legislatius

En la Taula 13, que recull el grau de compliment de la legislació lingüística catalana en els elements observats, observem com el compliment d'aquesta és inferior a la presència del català, ja que la presència només parcial de la llengua en els elements observats no garanteix els drets lingüístics establerts per la legislació.

Taula 13. Compliment de la Llei 1/1998 en el conjunt d'elements legislatius i observats en l'estudi:

Compliment de la legislació lingüística	Catàlegs de productes	Retolació dels establiments	Rètols dels productes
Supermercats/ Hipermercats			
Grup Carrefour:	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Carrefour	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Carrefour Exprés	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Dia/ Maxi Dia	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Caprabo	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Condis	-	Generalitzat	Generalitzat
Mercadona	-	Generalitzat	Generalitzat
G. Miquel Alimentació:			
Suma	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Grup Bon Preu:	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Esclat	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Bon Preu	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Orangutan	-	Generalitzat	Generalitzat
Consum	Generalitzat	Generalitzat	Parcial



Lidl	Nul	Generalitzat	Parcial
Sorli Discau	Generalitzat	Generalitzat	Generalitzat
Grup Auchan: Alcampo Sabeco	Nul Nul Nul	Generalitzat No observat	Nul Nul Nul
Grup El Corte Inglés	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Grup Facsa: Supermercats Jespac Supermercats Keisy Supermercats Del Rio Supermercats JR	Generalitzat Generalitzat Generalitzat Generalitzat Generalitzat	Parcial Generalitzat Generalitzat Parcial Parcial	Parcial Generalitzat Generalitzat Generalitzat Parcial
Superfícies especialitzades			
Esports			
Decathlon	Parcial	Parcial	Nul
Bricolatge			
Leroy Merlin	Nul	Parcial	Nul
AKI Bricolatge	Nul	Generalitzat	Nul
Bauhaus	Nul	Parcial ²³	Nul
Bricoking	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Equipament per la llar			
Ikea Iberica	Parcial	Generalitzat	Nul
Hipopotamo	Nul	Parcial	Parcial
Conforama España	Nul	Parcial	Parcial
Rocamora Farré	-	Generalitzat	Generalitzat
Mobles Balti	-	Generalitzat	Generalitzat
Almacenes Serra	-	Generalitzat	-
Joguines			
Toys "R" us Iberia	Generalitzat	No observat	Parcial
Cultura i lleure			
FNAC	Nul	Parcial	Nul
Centres comercials			
El Corte Inglés	Parcial	Generalitzat	Parcial
Hipercor	Generalitzat	Generalitzat	Parcial
Eroski	Parcial	Parcial	Nul
Empreses que compleixen la Llei de Política Lingüística	11 de 23	19 de 27	8 de 27

L'element legislatiu més respectat per les empreses és la retolació dels establiments, element que compleixen 19 empreses i l'infringeixen parcialment 8. També podem dir que és acomplert per 26 cadenes d'establiments i infringit parcialment per 9, que són FNAC, Conforama Espanya, Hipopotamo, Bauhaus, Leroy Merlin, Decathlon, Eroski, Supermercats Del Rio i Supermercats JR.

²³ En l'establiment de la Zona Franca l'ús del català en la retolació és nul, però en l'establiment de Girona, l'ús del català és generalitzat. S'ha optat doncs, per considerar un ús global del català parcial.



El català en els catàlegs
dels grans establiments comercials i supermercats a Catalunya

La Taula 13 inclou també dos tipus de documents d'oferta de serveis: els catàlegs de productes i els rètols de preus i indicacions de cada producte, tots dos elements legislats per la Llei 1/1998 de Política Lingüística. Els catàlegs ja han estat abordats al punt 3.2.2. Pel que fa als rètols dels productes, 8 empreses o bé 12 cadenes d'establiments compleixen totalment la Llei 1/1998, mentre que 19 empreses o bé 22 cadenes l'infringeixen (de forma total o parcial).

Generalment, els rètols de preus amb indicacions dels productes, que estan disposats al llarg de les prestatgeries o en destacats en cas de promoció, estan vinculats a les bases de dades de les empreses; així, el compliment de la Llei de Política Lingüística en aquest tipus de documents d'ofertes de serveis normalment implica la introducció o traducció al català de la base de dades.



5. ANÀLISI PER EMPRESES

5.1 Resum d'usos del català

La Taula 14 inclou els usos del català de tots els elements observats en l'estudi, segons la valoració següent: ús del català general, parcial o nul (inclou l'ús testimonial). També inclou una columna on s'especifica l'origen geogràfic de l'empresa.

L'ús del català en els catàlegs de les grans superfícies comercials i supermercats a Catalunya és majoritari, amb una presència de la llengua en el 77% de les pàgines del total de catàlegs observats. Dels 79 catàlegs o fulls d'ofertes de serveis observats, 40 compten amb versió catalana, 4 són parcialment en català i 35 no inclouen el català. Pel que fa al compliment de la Llei 1/1998, 39 catàlegs compleixen la Llei i 40 la incompleixen.

De les 28 principals empreses amb grans establiments comercials i principals cadenes de supermercats a Catalunya, 16 utilitzen el català en els seus catàlegs de productes, una en fa un ús testimonial, 6 no l'utilitzen i 5 no disposen de catàleg (tot i que editen altre material en català). Un total de 12 empreses incompleixen la Llei 1/1998 per no disposar d'aquests documents d'oferta de serveis de forma completa almenys en català. Aquestes empreses són: LIDL, Leroy Merlin, AKI, Bauhaus, Conforama, FNAC i l'utilitza molt poc el Grup Auchan (supermercats Sabeco i Alcampo). També incompleixen aquesta Llei en part dels seus catàlegs les empreses: Hipopotamo, Eroski, El Corte Inglés, Ikea i Decathlon.

El present estudi també posa de manifest l'incompliment de la Llei 1/1998 en altres dos elements observats: de les 26 empreses observades, 8 utilitzen el català plenament en els rètols amb informació i preus dels productes, 10 l'utilitzen parcialment i 8 no l'utilitzen gens; totes les empreses utilitzen el català en la retolació dels establiments, però 8 empreses ho fan només parcialment, incomplint també la Llei de Política Lingüística.



Per altra banda, l'estudi ha valorat l'ús del català en altres elements comunicatius de les empreses: el 56% dels webs de les empreses utilitzen parcialment o total el català. Pel que fa a l'etiquetatge, només 6 de les 17 empreses observades utilitzen el català en els productes de marca pròpia; creiem que aquest és l'únic element on l'ús del català és clarament deficitari: per tant, la majoria d'empreses vulneren els dret lingüístic dels consumidors de rebre la informació dels productes almenys en català, reconegut en la Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor.

Taula 14. Ús del català en els elements observats i procedència geogràfica de l'empresa o grup :

Compliment de la legislació lingüística	Catàlegs de productes	Rètols dels productes	Retolació establiments	Etiquetatge marca blanca	Pàgina WEB	Origen geogràfic
Supermercats/ Hipermercats						
Grup Carrefour: Carrefour Carrefour Exprés Dia/ Maxi Dia	General General General General	Parcial Parcial Parcial Parcial	General General General General	Nul Nul Nul Nul	Parcial Nul	França
Caprabo	General	General	General	Parcial	General	Catalunya
Condis	-	General	General	Parcial	General	Catalunya
Mercadona	-	General	General	Testimonial	General	País Valencià
G. Miquel Alimentació: Suma	General	General	General	Testimonial	General	Catalunya
Grup Bon Preu: Esclat Bon Preu Orangutan	General General General -	General General General General	General General General General	General General General General	General	Catalunya
Consum	General	Parcial	General	Parcial	General	País Valencià
Lidl	Nul	Parcial	General	Nul	Nul	Alemanya
Sorli Discau	General	General	General	General	General	Catalunya
Grup Auchan: Alcampo Sabeco	Testimonial Testimonia Testimonia	Nul Nul Nul	General No observat	Testimonial	Nul Nul	França
Grup El Corte Inglés	General	Parcial	General	Testimonial	Parcial	Espanya
Grup Facsa: Supermercats Jespac Supermercats Keisy Supermercats Del Rio Supermercats JR	General General General General General	General General General General Parcial	Parcial general general parcial parcial	-	General General	Catalunya
Superfícies especialitzades						
Esports						
Decathlon	Parcial	Nul	Parcial	Nul	Nul	França
Bricolatge						
Leroy Merlin	Nul	Nul	Parcial	No observat	Nul	França

AKI Bricolatge	Nul	Nul	General	No observat	Nul	Catalunya
Bauhaus	Nul	Nul	Parcial ²⁴	No observat	Nul	Alemanya
Bricoking	General	Parcial	General	No observat	Nul	Galícia
Equipament per la llar						
Ikea Iberica	Parcial	Nul	General	Nul	Parcial	Suècia
Hipopotamo	Parcial	Parcial	Parcial	No observat	Parcial	Catalunya
Conforama España	Nul	Parcial	Parcial	No observat	Nul	França
Rocamora Farré	-	General	General	No observat	General	Catalunya
Mobles Balti	-	General	General	No observat	General	Catalunya
Almacenes Serra	-	-	General	No observat	General	Catalunya
Joguines						
Toys "R" us Iberia	General	Parcial	No observat	Nul	Nul	EUA
Cultura i lleure						
FNAC	Nul	Nul	Parcial	No observat	Nul	França
Centres comercials						
El Corte Inglés	Parcial	Parcial	General	Nul		Espanya
Hipercor	General	Parcial	General	Nul	Nul	Espanya
Eroski	Parcial	Nul	Parcial	General	general	País Basc
Empreses que utilitzen el català	16	19	27	6	17	

5.2 Ús del català i procedència geogràfica de les empreses

Tot i que no es dona una correlació absoluta entre ús del català i origen geogràfic de l'empresa o grup empresarial, sí que podem observar en la Taula 15 una tendència favorable a l'ús del català en el cas d'empreses amb origen en l'àmbit lingüístic català i menys favorable en empreses amb origen fora d'aquest àmbit. En les empreses que pertanyen a l'àmbit lingüístic català, la suma dels usos lingüístics del global d'elements observats és molt més favorable al català: 38 elements amb un ús general del català, 9 elements amb un ús parcial i 6 elements amb un ús nul. Per contra, en les empreses d'altres àmbits lingüístics, la tendència és la contrària: 15 elements amb un ús general del català, 21 amb un ús parcial i 32 amb un ús nul del català.

²⁴ En l'establiment de la Zona Franca l'ús del català en la retolació és nul, però en l'establiment de Girona, l'ús del català és generalitzat. S'ha optat doncs, per considerar un ús global del català parcial.



Taula 15. Usos del català en els elements observats, segons el número d'empreses que en fan un ús general, parcial o nul, i segons l'origen de l'empresa.

Origen:	Àmbit lingüístic català			Altres àmbits lingüístics			Totals empreses observades
	General	Parcial	Nul	General	Parcial	Nul	
Catàlegs	6	0	2	5	4	6	24
Rètols preus	8	3	1	0	8	7	27
Retolació	11	2	0	8	6	0	26
Etiquetatge	2	3	2	1	0	9	16
Pàgines web	11	1	1	1	3	10	27
Sumes d'usos	38	9	6	15	21	32	

Aquesta tendència d'ús del català segons l'àmbit geogràfic molt probablement sigui deguda al desconeixement del mercat català per part de les empreses provinents de fora d'aquest àmbit lingüístic. Al mateix temps, creiem que les empreses amb origen dins l'àmbit lingüístic català compten amb un més gran coneixement d'aquest mercat i per tant exploten més aquest element de qualitat en el servei i de respecte als drets lingüístics.

Pel que fa a les empreses de fora de l'àmbit lingüístic català, la major part d'elements observats amb un ús deficient del català són els webs i l'etiquetatge dels productes propis. Creiem que aquests són els elements que diferencien més la imatge de les empreses amb origen en l'àmbit lingüístic català i les d'altres àmbits lingüístics.

5.3 Grups d'empreses segons usos lingüístics del català

En aquest punt s'ha agrupat les empreses en tres grups, segons si fan un ús generalitzat, mitjà o baix del català, en el global dels elements observats. Aquesta classificació s'acompanya d'un comentari específic sobre l'ús del català en els catàlegs i altres elements observats, empresa per empresa.



Aquest anàlisi reforça la tendència apuntada en el punt 5.2 sobre origen geogràfic: en el grup de les 11 empreses amb un ús generalitzat del català, 10 són d'aquest àmbit lingüístic i només una no ho és. Per contra, en el grup de les 9 empreses amb un ús baix del català, 7 tenen l'origen fora el domini lingüístic català i només dues si que el tenen.

5.3.1 Empreses amb un ús generalitzat del català

✓ **Bon Preu i Sorli Discau** (Superfícies de Alimentacion) tenen tots els seus catàlegs en català: 4 i 1 respectivament. Són les dues úniques empreses que compten amb el 100% de la totalitat dels elements observats en català.

✓ **Caprabo**, que és la segona empresa de distribució alimentària en superfície de venda a Catalunya, té els seus 3 catàlegs de productes observats en català. Els altres elements observats també són en català, amb un ús parcial en l'etiquetatge dels productes propis, tot i que de forma bastant generalitzada.

✓ **Condis** no utilitza catàleg de productes però edita el seu material imprès en català (inclòs el catàleg de Nadal, que no ha entrat en aquest estudi); aquesta empresa és la tercera en superfície de distribució. Els altres elements observats també són en català, amb un ús parcial en l'etiquetatge dels productes propis, tot i que de forma bastant generalitzada.

✓ **Consum** disposa del seu catàleg en català. Pel que fa als altres elements observats, en general compta amb un elevat ús del català, però utilitza parcialment el català en els rètols dels productes. En l'etiquetatge dels productes propis, el català és present en els noms dels productes però no en les dades obligatòries.

✓ **Suma** (Miquel Alimentació) disposa del seu catàleg en català. Pel que fa als altres elements observats, en general compta amb un elevat ús del català, excepte en l'etiquetatge dels productes, infringint el dret del consumidor reconegut en la Llei 3/1993 a rebre aquesta informació en català.



El català en els catàlegs
dels grans establiments comercials i supermercats a Catalunya

✓ **Rocamora Farré, Mobles Balti i Almacenes Serra** no disposen de catàlegs com a document d'oferta de serveis, però sí d'altra informació impresa, tota en català. Utilitzen de forma generalitzada el català en els elements observats: retolació, pàgina web i rètols dels productes.

✓ El grup **FACSA** ofereix el seu catàleg de productes en català, que és distribuït en les cadenes d'establiments associades. Aquestes també utilitzen el català de forma generalitzada en els altres elements observats, amb alguna deficiència en els Supermercats JR i Del Rio. La marca de referència de productes comercialitzada als supermercats ("Alteza", tot i que no és una marca pròpia), no etiqueta en català i no compta amb els fulletons informatius dels productes en català.

✓ **Mercadona** no utilitza catàlegs de productes, però edita altre material en català. Ha generalitzat el català en la retolació dels establiments, rètols dels productes i la pàgina web, però en canvi l'ús és testimonial en l'etiquetatge dels productes propis, vulnerant el dret del consumidor reconegut en la Llei 3/1993, de rebre la informació dels productes en català. Per altra banda, Mercadona diferencia en la seva pàgina web el català del valencià com a opcions idiomàtiques diferents, contradient totes les resolucions judicials i acadèmiques que n'avalen la unitat lingüística.

5.3.2 Empreses amb un ús parcial del català

✗ **Eroski** no compta amb versió catalana per a tots els catàlegs que edita: dels dos catàlegs observats, un disposa de versió catalana i l'altre, referent als productes d'informàtica, imatge, so i telefonia, no és en català (de forma que incompleix la Llei 1/1998). Un 70% de les pàgines dels catàlegs observats té versió catalana, però Eroski edita altres revistes i material imprès sense utilitzar el català. Pel que fa als altres elements observats, cal dir que l'empresa ha etiquetat sempre els productes propis en català, però actualment té el repte de corregir les deficiències en l'etiquetatge dels productes de la marca Caprabo, empresa que ha absorbit recentment. Altres



deficiències lingüístiques d'Eroski es troben en els rètols dels productes (documents d'oferta de serveis que incompleixen la Llei 1/1998) i en la diferenciació de “català” i “valencià” com a opcions idiomàtiques diferents del web.

✘ **Hipercor** compta amb el seu catàleg de productes en català; l'observat per aquest estudi és de 52 pàgines. Pel que fa als altres elements observats, incompleix la Llei 1/1998 en la retolació dels productes oferts i vulnera el dret del consumidor a rebre la informació dels productes en català, en l'etiquetatge dels productes (a excepció de les denominacions d'origen catalanes, que són correctament etiquetades en català). Tampoc utilitza el català en el web.

✘ **Toys'r'us** utilitza plenament el català en el seus catàlegs; l'observat per aquest estudi compta amb 112 pàgines. Pel que fa a la resta d'elements, cal destacar que Toys'r'us no etiqueta les seves joguines en català i per tant, caldria que l'empresa s'adeqüés a la realitat social catalana, després de més de 20 anys d'immersió lingüística a les escoles. Tampoc utilitza el català en el web i l'utilitza parcialment en els rètols dels productes.

✘ **Bricoking** és l'única empresa de bricolatge observada que compta amb el catàleg de productes en català. Pel que fa als altres elements observats, té dèficits en els rètols dels productes i no utilitza en català en la pàgina web.

✘ **El Corte Inglés** compta amb versió en català pels múltiples catàlegs de les diferents seccions, excepte tots els editats per l'agència de viatges i alguna altra excepció. En total, s'han observat 12 catàlegs il·legals d'un total de 19. Tot i això, un 78% de les pàgines observades tenen versió en català. Pel que fa a altres elements observats, hi ha deficiències lingüístiques importants en els rètols i etiquetatge dels productes (a excepció de les denominacions d'origen catalanes), infringint la Llei 1/1998 i vulnerant el dret del consumidor de rebre la informació dels productes en català que recull la Llei 3/1993. L'ús del català en la pàgina i serveis electrònics és testimonial i diferencia com a opcions idiomàtiques diferents català i valencià, situant-se així en contra de totes les resolucions judicials i acadèmiques que n'avalen la unitat.



✘ **Carrefour** és la primera empresa de la distribució alimentària en superfície de venda a Catalunya i edita tots els seus catàlegs en català, 5 d'observats en aquest estudi, amb un total de 306 pàgines. També ha generalitzat l'ús del català en la retolació, parcialment els rètols de productes i el novembre del 2007 ha començat a introduir el català en la web i serveis electrònics. Respecte l'estudi del 2001, és l'empresa que més ha avançat en la normalització lingüística. L'aspecte negatiu és l'incompliment de la legislació lingüística catalana en part de la retolació dels productes, com també la infracció de la Llei de l'Estatut del Consumidor de Catalunya, no respectant el dret del consumidor a rebre la informació dels productes en català pel que fa a l'etiquetatge.

✘ **IKEA** té dèficits d'ús del català en els catàlegs de productes, ja que no compta amb versió en català per a tots els catàlegs (per exemple, "*IKEA novedades novembre 2007*") i mai utilitza aquesta versió en les distribucions massives de catàlegs casa per casa. Tot i que compta amb algun catàleg d'oferta de serveis il·legal, el 85% dels continguts globals dels catàlegs que edita tenen versió catalana. Pel que fa als altres elements observats, destaca el dèficit d'ús del català en la web i serveis electrònics i un nul ús del català en l'etiquetatge i instruccions dels productes, vulnerant el dret del consumidor recollit en la Llei 3/1993. Tampoc utilitza el català en els rètols dels productes, infringint la Llei 1/1998.

5.3.3 Empreses amb un ús baix del català

✘ **Hipopotamo** utilitza parcialment el català en el seu catàleg, que inclou de forma barrejada paraules i parts d'informacions en català o en castellà. Tampoc utilitza el català en la resta d'elements observats i incompleix tota la legislació lingüística catalana.

✘ **LIDL** no utilitza el català en els seus catàlegs, tot i les nombroses peticions i queixes que l'empresa ha rebut. És l'única empresa de la distribució alimentària que no utilitza gens el català en els catàlegs de



El català en els catàlegs
dels grans establiments comercials i supermercats a Catalunya

productes. Pel que fa als altres elements observats, l'ús del català és nul en l'etiquetatge dels productes i pàgina web. Utilitza parcialment el català (o de forma generalitzada, depenent de l'establiment) en els rètols dels productes.

✘ Conforama no utilitza el català en els seus catàlegs de productes. Pel que fa als altres elements observats, utilitza parcialment el català en els rètols dels productes, però té dèficits d'usos lingüístics i compliment de la legislació lingüística en tots els elements observats, inclosa la retolació.

✘ Decathlon té el 84% dels continguts dels catàlegs observats en català, però dels 20 catàlegs observats, 13 són il·legals. Pel que fa als altres elements observats, Decathlon té dèficits lingüístics i en el compliment de la legislació lingüística en tots els elements observats, inclosa la retolació. Els amplis serveis electrònics tampoc són català, però l'empresa s'ha compromès a tindre'ls-hi durant el 2008.

✘ AKI Briolatge i Auchan (Alcampo i Sabeco) no disposen dels seus catàlegs de productes en català i en fan un ús nul en tots els altres elements observats, excepte la retolació dels establiments. Incompleixen la legislació lingüística catalana (excepte en la retolació).

✘ Leroy Merlin, Bauhaus i FNAC no utilitzen el català en cap dels seus catàlegs de productes. FNAC gairebé no utilitza el català en cap del variat material imprès que edita, incloses revistes i catàlegs de productes que no es consideren d'oferta de serveis. En general són les empreses menys adaptades al mercat català. Incompleixen la totalitat dels elements observats legisllats per la Llei 1/1998 i infringeixen els drets lingüístics recollits en l'Estatut del Consumidor de Catalunya pel que fa a l'etiquetatge i informació dels productes. Només utilitzen el català de forma parcial en la retolació dels establiments.



6. CONCLUSIONS I RECOMANACIONS

En l'estudi *El Català en els supermercats i hipermercats d'alimentació a Catalunya* realitzat per la Plataforma per la Llengua el 2001, es recollia un apartat sobre convenis signats entre les empreses, a través de la CEDAC (Consell d'Empreses Distribuïdores d'Alimentació de Catalunya) i la Generalitat de Catalunya, que suposaven la plena normalització lingüística (és a dir, plena presència) del català en els següents elements:

1. Retolació exterior i interior
2. Espais de distribució i oficines
3. Els clients han d'ésser atesos en català si s'expressen en català
4. Publicitat i comunicacions
5. Etiquetatge de productes propis

Algunes empreses signatàries d'aquests convenis i que consten en el present estudi són: Caprabo, Condis, Grup Miquel, Bon Preu, Auchan, El Corte Inglés-Hiperco, Superfícies d'Alimentació (Sorli Discau) i altres grups associats al CEDAC: Càrnics González, Congelats Reunits (La Sirena), Euromadi Ibèria (grup on s'insereix FACSA), Francisco Miró, Gremi Provincial de Distribució i Alimentació de Catalunya, Grup Provincial Empresarial de Supermercats i Autoserveis de Barcelona, H.D. Covalco i Super Grup.

En l'estudi del 2001 ja s'analitzava l'incompliment total del conveni per part d'Hiperco i de compliment parcial per part d'altres empreses com ara Grup Miquel i la resta d'empreses signatàries que no etiqueten els seus productes en català. Segons les dades del present estudi (2007) podem dir que poques de les empreses observades han complert totalment aquests convenis, bàsicament pel que fa a l'etiquetatge dels productes, element que només han normalitzat totalment Bon Preu i Sorli Discau, parcialment Condis i Caprabo, de forma molt reduïda El Corte Inglés- Hiperco i de forma nul·la Miquel Alimentació (FACSA no compta amb marca blanca pròpia). El grup Auchan només ha normalitzat la retolació dels seus establiments i encara no del tot, però el Grup Carrefour ha introduït el català en molts elements respecte el



2001, també a la cadena Dia: no només als catàlegs, sinó també als fullets, a la retolació, els rètols de productes i a partir del desembre del 2007 a la secció de vendes en línia de productes alimentaris de la pàgina web.

Considerem que l'ús del català en els catàlegs de productes i altres elements observats del grup d'empreses seleccionades està força generalitzat, tot i que algunes d'elles tenen encara amplis dèficits de respecte als drets lingüístics dels consumidors. L'aspecte negatiu el trobem en els diversos i continus incompliments de la Llei 1/1998 de Política Lingüística, per part de moltes de les empreses observades.

Considerem que la presència del català en els catàlegs de productes dels supermercats i hipermercats ha augmentat en els darrers anys, si comparem les dades del present estudi amb les dels anteriors estudis dels anys 1998, 2000, 2001 i 2005. Malgrat que la metodologia dels estudis és diferent, l'increment de la presència del català en els catàlegs sembla clar, almenys de forma segura entre els 6 principals grups (a partir de les dades de l'estudi de la Plataforma per la Llengua del 2001 i el present). Només dues empreses de la distribució alimentària observades no tenen els catàlegs en català (LIDL i Auchan, empresa que engloba els supermercats Alcampo i Sabeco); recomanem a aquestes empreses adaptar-se a la resta del sector, ja que valorem negativament per l'empresa aquesta situació d'excepcionalitat i la vulneració dels drets lingüístics del consumidor.

El sector dels supermercats i hipermercats ha tingut una ràpida i àmplia normalització lingüística en els darrers anys, adaptant-se plenament, amb alguna excepció, al mercat català i els drets del consumidor. En canvi, les empreses amb més dèficits lingüístics en els catàlegs de productes i altres elements comunicatius pertanyen al grup de les superfícies especialitzades.

Els elements de comunicació i informació al client observats de més mida o amb més visualització (retolació, catàlegs) tendeixen a estar més en català que no pas els més petits i de menys visualització (rètols de productes, etiquetatge).



Les empreses amb origen geogràfic dins l'àmbit lingüístic català tenen en general un ús lingüístic del català superior a les empreses amb origen geogràfic fora de l'àmbit lingüístic català. Per tant, creiem que cal ampliar les iniciatives que està realitzant l'administració per tal d'informar les empreses sobre la necessitat d'instal·lar-se comercialment en català, posant especial atenció en informar sobre la legislació lingüística a complir.

A grans trets, les empreses amb més dèficits lingüístics en els catàlegs de productes i altres elements pertanyen al grup de les superfícies especialitzades i tenen l'origen geogràfic fora de l'àmbit lingüístic català; aquestes són: LIDL, FNAC, Bauhaus, Leroy Merlin, Decathlon, grup Auchan i IKEA. Creiem que aquestes empreses han de seguir l'exemple d'aquelles que estan plenament adaptades al consumidor i mercat català, complint plenament la legislació lingüística i oferint en català tots els serveis i comunicacions amb el client. D'aquesta manera aquestes empreses podran oferir una millor qualitat en el servei, compliran amb la Responsabilitat Social Corporativa i respectaran els drets del consumidor reconeguts en les Lleis 3/1993 i 1/1998 del Parlament de Catalunya.

Recomanem a les empreses que incompleixen la Llei 1/1998 de política lingüística pel que fa als rètols dels productes, la traducció de la base de dades de productes; aquesta eina els permetrà també incloure el català en l'etiquetatge dels productes i garantir així el dret del consumidor de rebre la informació dels productes en català (Llei 3/1993). Actualment, la meitat de les empreses observades ja han adaptat llurs bases de dades a la legislació lingüística catalana i disposen de la versió catalana. Altres empreses estan en el procés d'adaptació.

Recomanem a les empreses que no disposen del web i serveis electrònics en català, d'oferir-ho en aquesta llengua, ja que la vitalitat del català a internet així ho recomana. Creiem que excloure el català d'aquests serveis és una pèrdua d'oportunitat de negoci.



El català en els catàlegs
dels grans establiments comercials i supermercats a Catalunya

Creiem que caldria, per part del Servei d'Equipaments Comercials del Departament de Comerç de la Generalitat de Catalunya, una recomanació explícita a les empreses amb les quals tracta perquè tradueixin els catàlegs de productes al català i adaptin llurs bases de dades de productes per complir amb la legislació lingüística catalana; també recomanem que es demani el compliment de tota la legislació lingüística catalana, com a requisit per a l'obtenció dels permisos d'obertura de Grans Establiments Comercials i en renovacions o ampliacions.

Recomanem a l'Agència Catalana del Consum que emprengui les mesures adients per tal de fer complir la Llei de Política Lingüística de l'any 1998, a les empreses que encara la incompleixen i no disposen dels seus catàlegs de productes i serveis en català, com també els rètols de productes i la retolació general dels establiments. Perllongar aquesta situació d'incompliment crònic és un mal exemple per a noves empreses i activitats comercials, com també una desprotecció dels drets del consumidor.