



Ja etiquetes en català?

L'etiquetatge en català, una necessitat clau per a l'empresa moderna



Plataforma per la Llengua

Diputació 276, planta baixa

08009 Barcelona

info@plataforma-llengua.cat

www.plataforma-llengua.cat



Ja etiquetes en català ?

L'etiquetatge en català, una necessitat clau per a l'empresa moderna

Orientacions per etiquetar en català i conèixer les raons i importància per fer-ho.

Dirigit a empresaris i persones implicades del sector

Índex

1. Introducció	pàgina 3
2. Per què cal etiquetar en català?	4
3. La importància del català en el context d'actuació de l'empresa	6
4. La legislació i els acords de compra restringits a productes etiquetats en català	10
4.1. Obligacions legals	10
4.2. Obligacions, mocions i acords que estableixen el consum de productes etiquetats en català	14
5. Evolució i creixement de l'etiquetatge en català	17
6. Algunes qüestions sobre l'etiquetatge en català	19
6.1. Dubtes sobre l'etiquetatge en català	21
6.2. Com etiquetar en català	33

1. Introducció

L'etiquetatge en català augmenta any rere any de manera sostinguda. Particularment els darrers anys el creixement ha estat molt notable. Tanmateix, degut principalment al baix punt de partida, encara hi ha molt de camí per recórrer per atènyer la plena normalitat. L'etiquetatge en català és un dels aspectes on les empreses els costa més d'adaptar-se als nous temps. El potencial econòmic i el gruix de consumidors justifiquen en escreix tota presència del català en l'etiquetatge i en les instruccions dels productes. No obstant, en ple segle vint-i-u, encara hi ha empreses, que bé sigui per desconeixement del potencial econòmic dels consumidors de l'àmbit lingüístic català, per desconeixement de llurs drets, per pors o per inèrcies de temps pretèrits on l'etiquetatge en català fou prohibit per règims polítics no democràtics, no han modernitzat l'empresa i mantenen aquesta diferenciació de tracte del ciutadà català en relació a la resta de consumidors comparables. Cal trencar aquesta inèrcia i avançar, perquè cap grup empresarial seriós pot mantenir a hores d'ara polítiques endarrerides i clarament deficitàries vers l'atenció al client.

Aquest document vol justament contribuir a informar, facilitar i entendre la importància de l'etiquetatge en català. Sigui la inèrcia o el desconeixement, sovint l'empresari català, i fins i tot una part del consumidor, no és conscient de l'existència d'aquesta anomalia i el que comporta, tant a nivell de guanys econòmics com de tracte discriminatori vers una part important dels compradors.

2. Per què cal etiquetar en català?

Cal etiquetar en català perquè és el que és normal; el que és natural. En tots els països democràtics i desenvolupats amb comunitats lingüístiques amb tants parlants i coneixement de la llengua com és el cas del català s'etiqueten tots els productes com a mínim en aquesta llengua. No fer-ho en català és actuar excepcionalment en aquest cas i per tant de manera no normal. Cal etiquetar en català, doncs, per la mateixa raó que s'etiqueta en les altres llengües comparables al català: similars en nombre de parlants, en vitalitat de la llengua, situades en països multilingües o de comunitats lingüístiques on els ciutadans tenen ple coneixement fins i tot d'altres llengües. Cal etiquetar un producte en català de la mateixa manera que etiquetarem en suec a Suècia, en suec a les zones on el suec és llengua pròpia de Finlàndia, en danès a Dinamarca, en portuguès a Portugal o en francès a les zones on el francès és llengua pròpia de Suïssa. Al cap i a la fi, no hi ha raons objectives que justifiquin un tractament excepcional per al consumidor català. El consumidor català té els mateixos drets i no pas menys que qualsevol altre consumidor europeu, amb l'afegit que el pes econòmic que representa sovint és molt superior al d'altres comunitats lingüístiques, i per tant econòmicament es justifica en escriure l'etiquetatge en català.

“Etiquetar en català a Catalunya és el més lògic i normal. Cal etiquetar en català per naturalitat”

Com succeeix en bona part dels casos, l'etiquetatge no té només una funció per fer entendre unes informacions obligatòries del producte, sinó que es pretén anar més enllà i fer una funció bàsicament comercial. Cal tenir en compte que bona part dels consumidors no es llegeixen plenament l'etiqueta o bé suposen que no els cal la lectura per entendre el tipus de producte que compren. Els criteris de tria rauen, a més evidentment de les raons comunicatives, en qüestions

“L'empresa que no innova, no avança i no progressa. Etiquetar en català forma part de la innovació”

comercials, d'imatge del producte i l'empresa davant el client. Amb l'etiquetatge se cerca adaptar-se de la millor manera possible a les característiques específiques de la societat on ha de ser consumit el producte. L'etiquetatge

dels productes, més que voler transmetre una informació intel·ligible per al consumidor, constitueix un mitjà de garantia de respecte i proximitat del producte cap al client i de transmissió d'un missatge que li sigui proper.

Etiquetar en català no representa un cos afegit més enllà del mínim cost que representa etiquetar en qualsevol altra llengua. Si podem fer una inversió per etiquetar en castellà també la podem fer per etiquetar en català.

Per altra banda el dret de rebre les informacions en català, més enllà de les declaracions internacionals i de la Unió Europea en matèria de drets lingüístics que l'avalen, també està contemplat per llei des de l'any 1993 en l'Estatut del Consumidor, aprovat per Parlament de Catalunya. Per tant no etiquetar en català és atemptar contra un dret del consumidor reconegut per la legislació i per tant, més enllà de les raons comercials i d'apropament al consumidor, vulnerar un dret, i més quan és fàcilment assumible, és una qüestió greu i injustificable.

Cal etiquetar en català perquè les empreses cal que s'adaptin al segle vint-i-u, i modernitzin les seves maneres d'actuar i de relació amb el client. Cal també que es democratitzin. El règim dictatorial anterior a la democràcia va prohibir l'etiquetatge en català, fins i tot de multinacionals que ja ho feien així durant els temps de la República. Trenta anys després el govern i les institucions espanyoles ja han adoptat la democràcia entenent i promovent la diversitat cultural i lingüística

“Per normalitzar l'etiquetatge afegint el català cal no adormir-se. En el món empresarial més val ésser el capdavanter que no pas el darrer”

de l'Estat. El català és ja llengua plenament oficial en diverses comunitats autònomes i fins i tot està reconeguda per la Unió Europea. Per tant les empreses no poden restar ancorades al passat amb polítiques lingüístiques pròpies del règim anterior. Cal que siguin conscients d'això i també assumeixin la democràcia. Etiquetar en català és una part essencial d'aquest assoliment, i per tant una mostra de modernitat i progrés en el món empresarial.

Comptat i debatut, cal etiquetar en català per naturalitat, perquè les empreses han d'adoptar actituds naturals vers llurs propis compradors i no pas actituds forçades que es contradiuen amb la realitat social del lloc on actuen i amb el reconeixement oficial que tenen les llengües pròpies dels consumidors.

3. La importància del català en el context d'actuació de l'empresa

De les vora 6.000 llengües que hi ha al món el català ocupa aproximadament la posició 70 quant al nombre de parlants. A més, és la novena llengua de la Unió Europea segons població en el seu domini lingüístic (comptant les noves incorporacions de Bulgària i Romania), i la tretzena pel que fa al nombre absolut de parlants, per sobre de llengües com l'irlandès, el maltès, l'estonià, el letó, el lituà, el finès, el danès, l'eslovè o l'eslovac. La llengua catalana per demografia, estatus jurídic, presència en les mitjans de comunicació, situació

“No hi ha dins la Unió Europea, ni en el context dels països plenament democràtics i desenvolupats, cap llengua comparable amb el català en què l'etiquetatge no sigui generalitzat en tots els productes”

sociolingüística, vitalitat literària i equipament lingüístic, pot comparar-se amb llengües com el finès, el suec, el danès, el lituà, el noruec, el grec, l'eslovac, el txec, l'eslovè... A més, en relació a les actuals llengües oficials de la Unió Europea, el català en alguns aspectes ha estat una llengua pionera: així va ser de les primeres en fer-se ciència i filosofia, en tenir un sistema estandarditzat des de l'Edat Mitjana, en diccionaris i manuals (entre llengües, de cuina, eròtics...), etc. És un idioma plenament codificat i normativitzat amb un total consens acadèmic. A diferència d'altres llengües no hi ha grans diferències dialectals. Els seus recursos lingüístics i estudis sobre gramàtica, lexicografia, dialectologia, terminologia, història de la llengua, toponímia i onomàstica són comparables, i en alguns casos superiors, als de les grans llengües llatines. El català compta amb textos escrits i literaris, ininterrompudament, des del segle XII. Actualment hi ha més de 1200

“Cal pensar globalment i actuar localment”

autors literaris vius que escriuen en català i cada any es publiquen més de 7.000 títols en català (els anys trenta del segle vint ja se'n publicaven un miler l'any). El català és també la desena llengua del món més traduïda en l'àmbit editorial. A

Internet ocupa, segons dades del 2005, el lloc 26 en quant a nombre de pàgines web. D'altra banda ocupa la posició 19 quant a pàgines web per parlant, per damunt de llengües com el xinès, el castellà, l'àrab, el rus, el portuguès o el turc.

**El català i les llengües oficials a la Unió Europea el 2006 per territoris on són oficials
(s'indiquen els habitants)**

Alemany	91.200.000	Català	12.600.000	Danès	5.400.000
Francès	65.400.000	Grec	11.800.000	Finès	5.200.000
Anglès	64.100.000	Portuguès	10.600.000	Lituà	3.400.000
Italià	58.500.000	Txec	10.200.000	Letó	2.300.000
Castellà	43.000.000	Hongarès	10.100.000	Eslovè	2.000.000
Polonès	38.200.000	Suec	9.300.000	Estonià	1.300.000
Neerlandès	23.400.000	Eslovac	5.400.000	Maltès	400.000

Font: Dades extretes de l'exposició "El català, llengua d'Europa" realitzada per la Generalitat de Catalunya l'any 2006.

El català no és doncs una llengua minoritària, ans al contrari. Té entre 7 i 8 milions de parlants, segons les fonts, i és compresa àmpliament per la població que viu en el seu domini lingüístic, amb més de 12 milions d'habitants. A Catalunya, per exemple, és comprès per més del 97% de la població, a les Illes Balears per sobre del 93% i en llocs com la Franja de Ponent, a l'Aragó, la comprensió ultrapassa el 98%. Dins el context de l'Estat espanyol també el català és força important. Un 30% dels ciutadans espanyols viuen en territoris on el català és llengua oficial. Si ens fixem en els altres parlants de llengües diferents al castellà dins l'Estat espanyol, el català triplica en nombre de parlants totes les altres comunitats lingüístiques pròpies plegades.

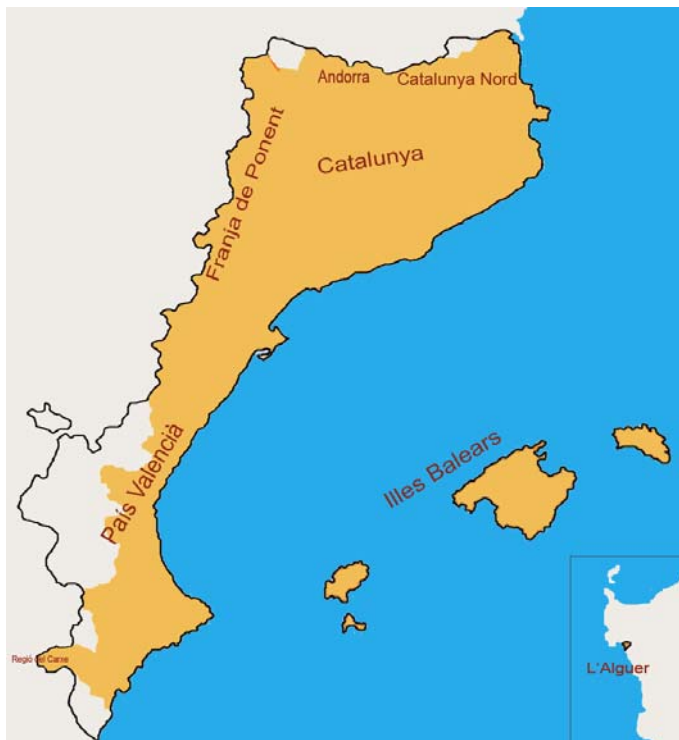
<i>Percentatge de coneixements de català als territoris de parla catalana</i>		
Territoris	L'entén	El sap parlar
Catalunya (1)	97,4%	84,7%
Illes Balears (2)	93,1%	74,6%
Catalunya Nord (3)	68,9%	37,1%
Andorra (4)	96,0%	78,9%
L'Alguer (5)	90,1%	61,3%
Comunitat Valenciana *(6)	75,9%	53,0%
La Franja de Ponent (7)	98,5%	88,8%

(1) Font: Enquesta d'usos lingüístics a Catalunya 2003.
(2) Font: Enquesta d'usos lingüístics a les Illes Balears 2004.
(3) Font: Enquesta d'usos lingüístics a la Catalunya Nord 2004.
(4) Font: Enquesta d'usos lingüístics a Andorra 2004.
(5) Font: Enquesta d'usos lingüístics a l'Alguer 2004.
(6) Font: Enquesta sobre la situació social del valencià 2004.
* S'han sumat el percentatges de les variables *Bastant bé* i *Perfectament*.
(7) Font: Estadística d'usos lingüístics a la Franja d'Aragó 2004.

<i>Territoris segons l'oficialitat del català</i>	
Territori	És llengua oficial
Andorra	Sí (única llengua oficial)
Catalunya	Sí
Illes Balears	Si
País Valencià	Sí
La Franja (Aragó)	En procés d'oficialització
Catalunya Nord	No (reivindicat)
L'Alguer (Sardenya)	com a llengua regional

Els estatuts d'autonomia de Catalunya, les Illes Balears i el País Valencià (Comunitat Valenciana) reconeixen el català com a llengua oficial (en el darrer cas amb el nom de 'valencià'). D'altra banda, el 1990 el Parlament Europeu va aprovar una Resolució que reconeix la identitat, la vigència actual i l'ús de la llengua catalana en el context de la Unió Europea. Posteriorment (2006) ha estat reconeguda com a llengua d'ús en el Parlament Europeu i en les relacions entre els ciutadans i la Unió Europea.

En les darreres dades oficials publicades (segons l'estudi sobre els *Usos lingüístics a Catalunya* del 2003 per l'Institut d'Estadística de Catalunya), a Catalunya la primera llengua que els ciutadans senten com a única pròpia és el català amb un 48,8% dels enquestats, davant d'un 44,3% que tenen el castellà com a única pròpia. A desgrat que el castellà és la primera llengua materna dels catalans amb un 53,5% respecte un 40,4% per al català, per contra el català és la que senten majoritàriament com a llengua pròpia, essent a la vegada la llengua habitual per un 50,1% respecte un 44,1% que l'és el castellà. És a dir, molts catalans de llengua materna castellana decideixen adoptar el català com a llengua pròpia i habitual d'ús. El català, també segons aquesta enquesta, és la primera llengua més triada a la televisió i a la ràdio. En



El domini lingüístic del català

algunes comarques, com ara les de les terres de l'Ebre, el català és l'única llengua pròpia del 90% dels catalans. Cal dir que en d'altres aspectes del món socioeconòmic (publicitat, catàlegs, documents, serveis al client...) el català ha experimentat una millora substancial en els darrers anys. A més la transmissió familiar de l'idioma s'incrementa any rera any.

La situació de l'etiquetatge en català no s'adiu doncs a la situació lingüística real de la societat catalana. És per això que cada cop més empreses, entre elles multinacionals, després de detectar aquest desajustament, han iniciat en els darrers anys polítiques de normalització en l'etiquetatge d'acord amb llur imatge d'empresa moderna. En el punt 5 sobre evolució i creixement de l'etiquetatge en català analitzarem aquest procés.

4. La legislació i els acords de compra restringits a productes etiquetats en català

En aquest apartat farem un repàs, d'una banda de la legislació pel que fa a l'etiquetatge en català, i de l'altra, de les obligacions, mocions i acords que estableixen que certs organismes o entitats es comprometen a consumir només productes etiquetats en català.

4.1. Obligacions legals

La Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor de 5 de març garanteix el dret dels consumidors per rebre les informacions bàsiques dels productes en català; concretament en l'article 26 del Capítol IV sobre Drets lingüístics dels consumidors:

“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”.

En la Disposició Transitòria primera també s'exposa que:

“l'Administració de la Generalitat, les corporacions locals i les entitats autònomes, les empreses i les altres entitats i institucions que en depenen han de donar compliment al que estableix l'article 26 en el termini d'un any de l'entrada en vigor de la Llei. Aquest termini també s'aplica a les empreses que, sota qualsevol fórmula administrativa de gestió indirecta, presten serveis públics que són competència de la Generalitat o de l'Administració local”.

“No etiquetar en català és vulnerar un dret del consumidor legalment reconegut”

Per tant, l'Estatut del Consumidor obliga a etiquetar en català de manera explícita ja que els consumidors tenen dret a rebre les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis en català. No obstant, manca el desplegament concret per aplicar-lo, de manera que no estan establertes les sancions ni la manera que l'administració té per garantir aquest dret. Així doncs, quan una empresa no etiqueta les

informacions obligatòries d'un producte, està vulnerant un dret del consumidor reconegut legalment, cosa que atempta contra els preceptes de la Llei, però atès que les administracions encara no han donat compliment de l'article 26 no se la pot sancionar o retirar el producte del mercat. De tota manera, i d'acord a les legislacions vigents, el desplegament d'aquest dret s'hauria de fer properament, ja que els terminis s'han ultrapassat i la regulació també està contemplada per altres legislacions, com la Llei de política lingüística del 1998 en l'article 34:

“CAPÍTOL V.- L'activitat socioeconòmica. Article 34.3. La informació a les persones consumidores i usuàries.

El Govern de la Generalitat ha de regular per reglament la informació a les persones consumidores i usuàries de sectors determinats, i l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes industrials o comercials i que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, d'una manera especial els dels productes alimentaris envasats, els perillosos i els tòxics, i també el tabac, per a garantir-hi la presència progressiva del català, seguint els principis d'aquesta Llei, de les normes de la Unió Europea i de la resta de l'ordenament jurídic.”

Tal com es desprèn d'aquest article la Generalitat de Catalunya té competències plenes per desenvolupar aquesta reglamentació. La Sentència 147/1996, de 19 de setembre de 1996 (suplement del BOE núm. 254, de 21 d'octubre) del Tribunal Constitucional espanyol permetia a les Comunitats Autònomes, i per tant al Govern de la Generalitat, establir la necessitat que els productes estiguessin etiquetats en la llengua pròpia.

“La Unió Europea i l'Estat espanyol avalen la presència del català en l'etiquetatge”

A més aquesta regulació està avalada tant per la Unió Europea com pel Govern espanyol que ha signat convenis a favor de la presència del català en l'etiquetatge.

La Resolució del Parlament Europeu de 30 d'octubre de 1987 sobre les llengües i cultures de les minories regionals i ètniques de la Comunitat Europea en el seu punt número 9 recomana als Estats membres que adoptin mesures socials i econòmiques, entre les quals:

“facilitar l'ús de les llengües regionals i minoritàries en la informació al consumidor i en les etiquetes dels productes”.

La Carta europea de les llengües regionals o minoritàries del 1992, ratificada per l'Estat espanyol, a l'article 13 sobre la Vida Econòmica i Social, esmenta:

“1. Pel que fa a les activitats econòmiques i socials, les parts es comprometen, per al conjunt del país:

a) a excloure de llur legislació tota disposició que prohibeixi o limiti sense raons justificables el recurs a llengües regionals o minoritàries en els documents relatius a la vida econòmica o social, i especialment en els contractes de treball i en els documents tècnics com les instruccions d'ús de productes o serveis; (...)

2. En matèria d'activitats econòmiques i socials, les parts es comprometen, en la mesura que les autoritats públiques hi tenen competència, en el territori en què les llengües regionals o minoritàries són usades, i en la mesura que això és raonablement possible: (...)

d) a vetllar, segons modalitats apropiades, perquè les instruccions de seguretat siguin igualment redactades en les llengües regionals o minoritàries; (...)"

Esmentem també l'article 50 de la Declaració Universal de drets lingüístics del 1996:

"En el territori de la pròpia comunitat lingüística, tothom té dret a gaudir en la seva llengua d'una informació completa, tant oral com escrita, sobre els productes i serveis que proposen els establiments comercials ubicats en el territori, com ara les instruccions d'ús, les etiquetes, els llistats d'ingredients, la publicitat, les garanties i altres."

Per tant, quan un producte de gran consum no té les dades obligatòries en català a l'etiqueta, no només vulnera els drets del consumidor contemplats per Parlament català sinó que també els drets del consumidor contemplats a la Unió Europea, ratificats per l'Estat espanyol i la Declaració dels drets lingüístics.

Sí que hi ha, tanmateix, més enllà del dret reconegut del consumidor de rebre totes les informacions bàsiques en català, alguns productes on l'etiquetatge en català és obligatori, establint-se terminis d'aplicació i sancions en el cas que no s'acompleixi la Llei. En aquest aspecte podríem distingir dos blocs, el dels productes amb denominacions d'origen i de qualitat i els productes d'empreses públiques o concessionàries de l'administració local i de la Generalitat:

4.1.1. Obligacions dels productes catalans de denominació d'origen, de denominació comarcal, de denominació de qualitat i els productes artesanals (exceptuant naturalment els elaborats a la Val d'Aran).

Tots aquests productes, en llur distribució a Catalunya, han d'estar etiquetats obligatòriament com a mínim en català en totes les informacions de l'etiqueta i contraetiqueta. El

"Un vi, un cava, un oli, un arròs...català, de denominació d'origen, distribuït en l'àmbit territorial de Catalunya i que no estigui etiquetat en català, pot ser sancionat per la Llei."

fet d'incomplir aquesta obligatorietat representa que poden de ser sancionats. La Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris, estableix com a infracció en el punt 5d aquesta obligatorietat i n'especifica les sancions. En el cas dels vins catalans de denominació d'origen la sanció està recolzada per la Llei d'Ordenació Vitivinícola que també especifica les sancions corresponents quan l'etiquetatge no és l'obligatori, és a dir, en aquest cas, quan no és en català. Per altres productes amb denominacions d'origen i qualitat cal també aplicar les sancions de la Llei 14/2003, de 13 de juny, de qualitat agroalimentària. Per tant qualsevol ciutadà pot denunciar a l'empresa que no etiqueta en català aquests productes i l'administració té l'obligació de trametre la denúncia i sancionar l'empresa en qüestió. Aquesta és l'obligatorietat contemplada en la Llei 1/1998 de política lingüística:

“CAPÍTOL V.- L'activitat socioeconòmica.

Article 34. La informació a les persones consumidores 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, ha d'ésser necessàriament com a mínim en català.”*

Els darrers terminis d'aplicació de la Llei eren pel 2003.

4.1.2. Les empreses públiques i les concessionàries

Tornant a la Llei 1/1998 de política lingüística, a l'article 30.1 s' exposa que:

“les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries que gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en la retolació, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'emalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin”.

Així doncs les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, així com totes les empreses concessionàries, estan obligades a etiquetar en català. Als incompliments de l'article 30 que afecten a empreses cal aplicar, segons la disposició cinquena de la mateixa llei, el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina de mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

4.1.3. Altres obligacions dins l'àmbit del domini lingüístic català

Finalment, i atès l'àmbit de distribució, recordarem la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial d'Andorra, vigent des de finals del 1999. A Andorra l'obligatorietat d'etiquetar en català afecta als productes elaborats i a la vegada distribuïts al Principat:

“Article 16. Etiquetatge i altres textos.

Les etiquetes, les instruccions, la garantia i els altres escrits inserits en els productes elaborats, fabricats, envasats o etiquetats al Principat i distribuïts en el seu territori destinats al consum interior han de contenir tots els textos almenys en la versió catalana, la qual no pot ocupar un lloc secundari. En poden quedar exceptuats els productes de consum elaborats a Andorra en ús de llicències i franquícies estrangeres, o forma contractual similar, quan per la seva natura hagin de tenir el mateix o similar etiquetatge que els elaborats en altres llocs. Les condicions que han de regir aquestes excepcions es regularan per reglament.”

També cal aclarir que la majoria de dades obligatòries de l'etiquetatge de productes que es distribueixen a l'Estat espanyol, com a mínim el castellà hi ha d'ésser present. No hi ha una llei lingüística que determina aquesta protecció ja que les mesures de promoció i obligatorietat del castellà ja per defecte estan incloses en les diferents disposicions que afecten cada tipus d'etiquetatge. L'àmbit de l'obligatorietat és més o menys ampli en funció de la disposició particular i el tipus de producte que afecta i cal tenir-ho especialment present quan el producte, més enllà de Catalunya, es distribueix en tot l'àmbit estatal.

4.2. Obligacions, mocions i acords que estableixen el consum de productes etiquetats en català

En aquest punt ens referirem als compromisos assolits per diferents organismes o entitats per tal de consumir només productes etiquetats en català.

L'any 2004 el Govern de Catalunya va dictar l'Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català. En aquest acord s'insta als òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades a

incorporar un seguit de previsions en els plecs de clàusules per a la contractació administrativa que inclouen l'etiquetatge en català.

“Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català.

Els òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades han d'incorporar les següents previsions en els plecs de clàusules per a la contractació administrativa:

(...)

- Esmentar específicament les obligacions que la Llei de Política Lingüística i les normes que la desenvolupen imposen als adjudicataris de contractes administratius.

- Incorporar com a condició d'execució del contracte l'obligació d'utilitzar el català en aquells supòsits en què l'idioma formi part, directament o indirectament, del producte o del servei, sempre que el cost de la mesura es consideri proporcionat als beneficis que es pretenen aconseguir.

- Establir com a causa de resolució del contracte l'incompliment d'aquestes obligacions en aquells supòsits en que aquest incompliment tingui una relació directa amb l'execució de les prestacions objecte del contracte.

Tanmateix i per a cada tipus de contracte s'inclouran les següents disposicions:

- En els contractes de subministraments: En el plec de clàusules administratives cal establir l'obligació de facilitar en català els manuals d'instrucció o documentació tècnica dels béns o productes objecte del contracte. D'altra banda i pels contractes de subministrament que incloguin productes catalans amb distintius d'origen i de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, s'ha de fer constar que és condició d'execució del contracte que l'etiquetatge d'aquests productes sigui en català.

(...)

- En els contractes de gestió de serveis públics: S'establirà que els adjudicataris han d'emprar normalment el català en les actuacions i la documentació internes, en la retolació, en les comunicacions per megafonia, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'emalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin. També s'haurà d'utilitzar el català en les comunicacions i notificacions adreçades a persones físiques o jurídiques residents en l'àmbit lingüístic català, sense perjudici del dret dels ciutadans a rebre-ho en castellà si ho sol·liciten.

D'altra banda, els òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades han d'incorporar les següents previsions en les condicions d'atorgament de les subvencions públiques:

- En el cas de les subvencions destinades a productes catalans que gaudeixin de distintius d'origen i de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixin en l'àmbit territorial de Catalunya, ha de ser requisit per optar a la subvenció que les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge d'aquests productes sigui necessàriament, com a mínim, en català.”

A la pràctica els diferents departaments de la Generalitat de Catalunya ja consumeixen, si més no les concessions o serveis més directes, només productes etiquetats en català. Això passa per exemple en la contractació de begudes, alimentació, telefonia mòbil...

Per altra banda, des de l'ADEC (Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català) i la Plataforma per la Llengua, es va endegar la campanya 'A Taula', que cerca l'adhesió d'ajuntaments, entitats i altres organismes que es comprometen a consumir només aigües, vins, caves, cerveses i begudes

“Sempre comprarà més i amb més de gust un consumidor respectat i amb un producte que li és proper”

refrescants etiquetats en català. Des que es va iniciar la campanya ja són més de 200 ajuntaments i una cinquantena d'entitats públiques i privades (universitats catalanes, partits polítics i entitats) que s'han compromès a desenvolupar mesures

administratives o legals per tal de consumir només productes etiquetats en català (podeu trobar més informació al web de la Plataforma per la Llengua: www.plataforma-llengua.cat). Entre els ajuntaments adherits n'hi ha de tan emblemàtics com el de Lleida, Tarragona o Cornellà, entre les universitats la de Barcelona, l'Autònoma de Barcelona, la de Vic o la de Lleida, i entre les entitats, el FC. Barcelona. És a dir hi ha una sèrie d'empreses de begudes que per vendre llurs productes en tots aquests llocs els han d'etiquetar en català. Els organismes adherits a la campanya tenen el segell QPCAT (Qualitat per la Compra de Productes Etiquetats en Català).

5. Evolució i creixement de l'etiquetatge en català

L'etiquetatge en català, tot i partir d'una situació molt desfavorable, ha tingut, i està tenint, un creixement molt substancial, justament, i de manera més pronunciada, en els darrers anys. Lluny d'aquells inicis on l'etiquetatge en català restava restringit al producte artesanal, ara com ara el català és present, i cada vegada més, en tots els sectors, fins i tot en els productes de grans

“En els darrers anys el creixement de l'etiquetatge en català ha estat molt important”

multinacionals. En aquests moments podem afirmar que hom pot trobar qualsevol tipus de producte etiquetat en català. Així trobem des d'aparells de telefonia mòbil amb les instruccions en català, fins a jocs infantils, aigües, refrescs, cerveses, productes alimentaris de tota mena, electrodomèstics, ferreteria... El sector més endarrerit, on hi

ha més dèficits d'atenció al client en aquest aspecte és encara el farmacèutic, tot i que també s'hi troben alguns productes. Aquest impuls també és evident cada cop més en la gran diversitat de productes etiquetats en català de marca blanca de supermercats i hipermercats. Fins i tot distribuïdores no catalanes ja l'estan introduint en l'etiquetatge. Hi ha, a més, una dada prou significativa pel que fa l'etiquetatge en català: es pot dir que no hi ha retrocessos. El nombre de productes s'incrementa any rere any, i un cop un producte afegeix el català en l'etiquetatge ja no es fa enrere.

L'ADEC (Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català) elabora periòdicament un catàleg d'empreses que etiqueten en català. A desgrat que probablement no hi són totes, sí que hi està comptabilitzada una bona part. Per posar algunes dades, l'any 1989 hi havia 308 empreses en el catàleg. El 1994 n'eren 647, el 1997 1046 i el 2004 1717. L'any 2000 no hi havia cap cervesa en català. Actualment hi ha com a mínim 6 empreses que

etiqueten els seus productes en català, algunes de manera exclusiva. Pel que fa a les llets envasades el creixement també ha estat espectacular. Llevat d'un cas isolat, la totalitat d'empreses amb plantes embotelladores al nostre país etiqueten ara en català. Si ens fixem en els productors capdavanters del sector de

“Si en un bon començament el català només era present en productes artesanals, ara és idioma utilitzat per primeres marques del sector, multinacionals, grans distribuïdors...”

begudes, per exemple, les empreses amb seu a Catalunya i amb més de 100 milions d'euros de facturació anual, 5 de 8 (un 62%) estan ja etiquetant en català. A més, de les que l'estan introduint, 4 de 5 (el 80%), tenen el primer producte en vendes de l'empresa, el número u, etiquetat en català.

Potser on hi ha hagut un seguiment més clar ha estat en els caves i vins catalans de denominació d'origen. Segons dades de la Plataforma per la Llengua, a partir dels estudis periòdics que realitza, l'augment en aquest sector en els darrers anys ha estat molt notable. L'any 2003 un 25% dels vins i caves catalans de denominació d'origen venuts en supermercats i hipermercats estaven etiquetats en català. A hores d'ara (2006) aquest percentatge se situaria al 90%. És a dir, això correspon a més d'un 300% de creixement de l'etiquetatge en català en només tres anys. Actualitzant les dades per als 30 vins i caves catalans més venuts, segons dades també de la Plataforma per la Llengua, mentre el 2001 només un estava etiquetat em català (3%), el 2006 ja en són 28 (93%).

En definitiva cada cop hi ha més empreses, especialment grans empreses i multinacionals, algunes de les primeres del seu sector, que s'estan modernitzant, i per tant adequant el serveis vers el consumidor d'acord amb el segle que estem vivint; etiquetant en català. Naturalment encara hi ha molta feina per normalitzar i per tant moltes empreses que continuen tenint dèficits importants vers el client, però el creixement és prou notable.

6. Algunes qüestions sobre l'etiquetatge en català

6.1. Dubtes sobre l'etiquetatge en català

- a/ Tinc facilitats per vendre un producte si etiqueto en català? Puc vendre més si etiqueto en català?
- b/ Quina opinió i percepció té el consumidor de l'etiquetatge en català? I el consumidor espanyol de fora del domini lingüístic català?
- c/ Per què malgrat tot, l'etiquetatge en català encara no està normalitzat i hi ha empreses importants que no empren la llengua catalana? Per què fins i tot hi ha empresaris catalans que no etiqueten en català?
- d/ Hi ha multinacionals i empreses de gran facturació que etiquetin en català?
 - e/ Perquè haig d'etiquetar en català si els catalans ja entenen el castellà?
 - f/ L'etiquetatge en català forma part del consum responsable? Si la meva empresa té un codi ètic de respecte al consumidor i no etiqueto en català, estic incomplint els preceptes de responsabilitat vers el client de l'empresa?
 - g/ Què costa etiquetar en català?
 - h/ Com puc superar els problemes logístics i de doble estoc? Si per exemple dirigeixo una empresa petita i la logística no em permet ni tinc capacitat per fer dos estocs diferents; un pels Països Catalans i un altre per la resta de l'estat Espanyol, com puc etiquetar en català?
 - i/ Hi ha comunitats lingüístiques més petites que la nostra on l'etiquetatge en aquesta llengua està generalitzat en el mercat? Per a les comunitats lingüístiques comparables amb la catalana s'empra la llengua pròpia del territori de manera generalitzada en l'etiquetatge? Com funciona l'etiquetatge en els altres països plurilingües amb una situació similar a la de l'Estat espanyol?
 - j/ Si no etiqueto en català hi ha déficits d'atenció al consumidor? Està reconegut el dret del consumidor de rebre les informacions de l'etiquetatge en català? Si hi és, haig de respectar aquest dret?
 - k/ El català està "imposat" en l'etiquetatge, o és el castellà la llengua "imposada"? Existeixen obligacions d'aquest tipus en d'altres països?

6.2. Com etiquetar en català

- l/ Quins productes i quines informacions cal que estiguin en català? Els productes de denominació d'origen han d'estar etiquetats en català?
- m/ L'obligatorietat d'etiquetar en català per alguns productes afecta només als que es distribueixen de manera exclusiva a Catalunya o es independent de les altres àrees de distribució?
- n/ Quins models d'etiquetatge hi ha per fer-ho en català? Quines estratègies es fan servir per etiquetar en català segons el tipus de producte i la distribució que té?
- o/ En quins estaments o organismes estic obligat a etiquetar en català per vendre els productes?
- p/ Què entenem per etiquetatge? Quines dades de l'etiqueta hauria de posar en català?
- q/ Les dades obligatòries dels vins i caves de denominació d'origen (per exemple la inscripció si contenen sulfits) en quina llengua les haig d'escriure? Puc fer-ho en català?
- r/ El nom de la marca comercial ha d'ésser en català si vull fer l'etiquetatge en aquesta llengua? Cal que canviï el nom del producte per etiquetar-lo en català?

s/ Hi ha prou espai en l'etiqueta per afegir el català?

t/ Quines estratègies fan servir les empreses per anar introduint el català en l'etiquetatge?

6.1. Problemes i dubtes sobre l'etiquetatge en català

a) Tinc facilitats per vendre un producte si etiqueto en català? Puc vendre més si etiqueto en català?

Sí. El consumidor català valora positivament que un producte estigui etiquetat en català. Tot i que una part important dels ciutadans no donen importància a les llengües presents en l'etiqueta, no hi ha rebutjament vers el català, i en canvi sí que hi ha un sector dels consumidors que té en compte aquest aspecte a l'hora de fer la compra. Malgrat que és un sector minoritari cal dir que; en primer lloc aquesta sensibilització va creixent (cada cop hi ha més gent receptiva a la presència del català en l'etiquetatge) i, en segon lloc, que llurs decisions poden influir en el percentatge de vendes. A diferència del consumidor català, en els consumidors de la resta de l'Estat on el castellà és llengua pròpia, aquest grau de consciència pel que fa a la llengua de l'etiquetatge és pràcticament inexistent i generalment el percentatge de consumidors que es fixen en les diferents llengües presents és molt més petit. Tanmateix sí que és important que la llengua castellana sigui present en les informacions bàsiques dels productes si la distribució és conjunta per Catalunya i la resta de l'Estat espanyol (llevat potser dels que siguin productes de denominació d'origen), com ho és el portuguès o el francès si la distribució es fa conjuntament en llurs territoris. És lògic, que de la mateixa manera que el consumidor català se sent discriminat quan la seva llengua no és present en l'etiquetatge, també se n'hi pugui sentir, tot i el menor grau de consciència atenent les enquestes, un consumidor que visqui a Castella, Aragó o Andalusia. Evidentment que vendrem més si etiquetem en català, i no només pel percentatge de consumidors sensibles a aquestes qüestions, sinó també perquè si no etiquetem en català estem perdent tota una sèrie de consumidors com són administracions, organismes i entitats que endegant polítiques de comerç responsable s'han compromès a consumir tots o una part dels productes etiquetats en català. Ser present en les llistes de productors que etiqueten en català és important ja que bé sigui per acords de govern o mocions municipals o altres, molts ajuntaments, Generalitat de Catalunya, universitats, entitats... s'han compromès a consumir productes etiquetats en català.

“Les pors personals no han de pesar més que l'interès comercial”

b) Quina opinió i percepció té el consumidor de l'etiquetatge en català? I el consumidor espanyol de fora del domini lingüístic català?

Tots els estudis realitzats fins ara avalen amb escreix la voluntat del consumidor de consumir productes etiquetats en català. Fins i tot a nivell de tot l'Estat espanyol en termes generals la

percepció també és positiva. Malauradament els estudis es van realitzar fa uns anys quan la consciència lingüística pel que fa a l'etiquetatge no era tan present com ara. Ara el consumidor català és molt més sensible en aquestes qüestions i els resultats encara serien probablement molt més positius (properament hi ha intenció d'actualitzar les dades dels estudis). A nivell de l'Estat espanyol no hi ha cap rebuig real mentre hi sigui present també el castellà. Si hi ha hagut campanyes de boicots davant els productes catalans, no han estat mai per raó de llengua, i han tingut sovint un efecte rebot encara més positiu en el consum a Catalunya. Una coneguda cadena de supermercats, amb establiments arreu de Catalunya, assegurava que havia registrat per la campanya de Nadal del 2005 un increment del 10,4% en les vendes de cava català. Mentre els vins de la denominació d'origen Rioja havien experimentat un increment de vendes del 0,84%, els vins Penedès havien crescut un 20,96%, i la resta de vins catalans un 19,56%. Així mateix s'havien esgotat tots els lots de productes de Nadal etiquetats en català. Per contra, per posar un exemple gràfic, quan una coneguda marca de caves va introduir el català en els seus productes l'any 2002 (tots els distribuïts a l'Estat espanyol), i en concret en el producte estrella de l'empresa, va augmentar vendes respecte a l'exercici anterior (més d'un 7,6%), fins i tot a la resta de l'Estat espanyol. Per tant l'etiquetatge no va afectar per a res a la recepció per part del consumidor.

“N'hi ha que no canvien per por de perdre algun client, inconscients dels clients que ja estan perdent pel fet de no canviar”

Evidentment l'etiquetatge en català constitueix un canvi per una empresa si encara no el contempla. Cal tenir en compte que la pràctica empresarial té en compte un cert risc. Això és encara més exagerat a mesura que les empreses són més potents en el mercat. Un tipus de publicitat i la promoció d'un equip esportiu davant d'un altre són riscos que afronta l'empresa i que és conscient que comporten grans pèrdues de clients però que en beneficien d'altres, potser més estables i estratègicament convenients. La inclusió de l'etiquetatge en català no presenta ni de lluny els riscos normals que qualsevol empresa assumeix amb tota normalitat. Fins i tot en el cas de no fer diferenciació d'estocs per tot l'Estat espanyol, en el supòsit d'un rebuig anecdòtic en el començament del canvi, comercialment no justifica la percepció positiva d'una part més important de consumidors, i per tant el guany en termes generals, i la normalització de la compra poc temps després fins i tot dels casos anecdòtics que haurien pogut mostrar un rebuig en el primer moment. L'etiquetatge en català està molt lluny dels riscos normals que ha d'assolir una empresa. En situacions similars les empreses etiqueten en llengües comparables al català, fins i tot en llocs on sí que hi ha hagut una forta confrontació lingüística, ja que tenen el precepte lingüístic com una part indefugible i no plantejable; un dret del consumidor que cal assumir, com s'assumeixen els drets laborals dels treballadors o altres drets bàsics de les persones. I a la llarga, fins i tot en aquests casos extrems, ha estat econòmicament afavoridor. Si el canvi, com és el cas de l'etiquetatge em català, és coherent amb les necessitats i valors dels mercats, acaba essent un guany per l'empresa. Una bona política de comunicació vers el client, l'aplicació d'un codi ètic,

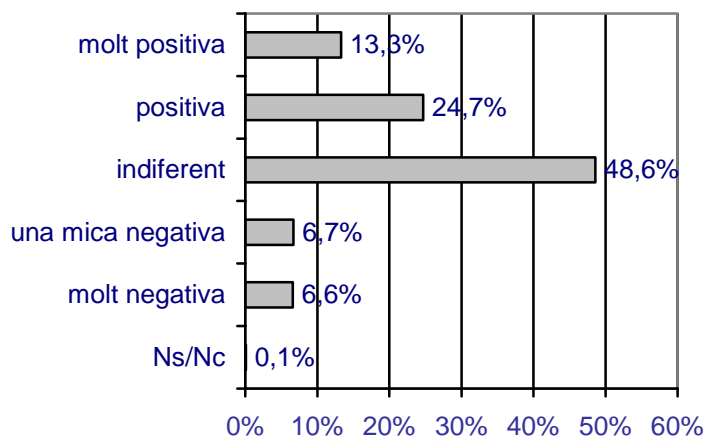
afavoreix el prestigi de l'empresa; i a la llarga aquesta actitud és positiva fins i tot davant d'una suposada part de la població que primer hagués mostrat rebuig.

Seguidament us mostrem les dades d'alguns estudis realitzats que poden ser d'interès.

En l'estudi *Estudio Omnibus Nacional Individuos: Etiqueta*, fet per DYM per a Alta Definición el 1990 a 2000 entrevistats d'arreu de l'Estat espanyol, es demanava (de manera directa i per tant induïda) la reacció davant d'un etiquetatge multilingüe castellà, gallec, català i basc, d'un producte que l'entrevistat comprés habitualment. Només un 6,6% tenien una reacció molt negativa; un 6,7% la tenien una mica negativa, davant un 24,7% que la tenien positiva i un 13,3% molt positiva. Un 48,6% eren indiferents. Però fins i tot d'entre els que tenien una reacció una mica negativa o molt negativa, només un 46,1% deien que el deixarien de comprar. Per tant tenint en compte la pregunta induïda i que fins i tot aquells que no els agradava aquest etiquetatge majoritàriament el continuarien comprant, no es pot parlar de cap impacte negatiu. Així doncs, un 86,7% dels ciutadans espanyols considerava que l'etiqueta amb les quatre llengües oficials a l'Estat espanyol no era negativa. Per un 38% era positiva, davant un 13,3% que la consideraven negativa. Però en la gent jove l'actitud vers el multilingüisme encara era més positiva. Per altra banda l'etiquetatge multilingüe era el preferit a Espanya, enfront del monolingüe en castellà; tot el contrari que la política d'etiquetatge majoritària en aquests moments.

En l'estudi es formulava aquesta pregunta amb respostes suggerides:

"Quan vostè observa en un supermercat que un producte dels que consumeix està etiquetat no solament en castellà, sinó també en gallec, català i basc, quina és la seva valoració?"



L'any 1992 es va realitzar l'estudi *Actituds dels consumidors catalans davant l'ús comercial del català*, a càrrec de l'Institut de Sociolingüística Catalana. En aquest estudi l'ús del català en l'etiquetatge es confirmava també com un element positiu per als consumidors catalans. Segons aquest estudi les preferències dels consumidors catalans respecte la llengua en l'etiquetatge es distribueixen de la manera següent: la preferència pel català l'expressava un 46% de la població,

seguit d'un 29% que s'expressava com a indiferent a la llengua que s'usi, i en últim lloc un 25% que s'estimava més l'etiqueta en llengua castellana. Per veure quin és el grau de notorietat envers la llengua en l'etiqueta, també es demanava als mateixos consumidors enquestats que es manifestessin sobre la importància que atribueixen a l'ús d'una llengua o una altra. La distribució de les respostes reflectia que

els partidaris del català expressaven un percentatge més alt de "molt important" i "força important" que els partidaris del castellà. Mentre en el primer grup era de

"Fins i tot els casos anecdòtics que en un primer moment rebutgen l'etiquetatge bilingüe o multilingüe amb presència del català, en poc temps l'accepten com a normal. La pràctica comercial avala aquest comportament."

l'ordre del 61,1% en el segon només arribava al 21,6%. Per tant, creuant les dades sobre les preferències i la importància donada a la llengua en l'etiquetatge, es podia afirmar que més d'una tercera part del total de la població preferia el català en l'etiquetatge i a més atorgava "molta" o "força importància" a aquesta qüestió. Pel que fa al record de la llengua de l'etiqueta (en un exercici entre tres dissenys d'ampolles d'aigües) un percentatge important (més d'un 60%) no s'hi havia fixat. Tanmateix el grup sensibilitzat a favor de l'etiquetatge en català s'hi fixava en major grau que no pas el que no ho era.

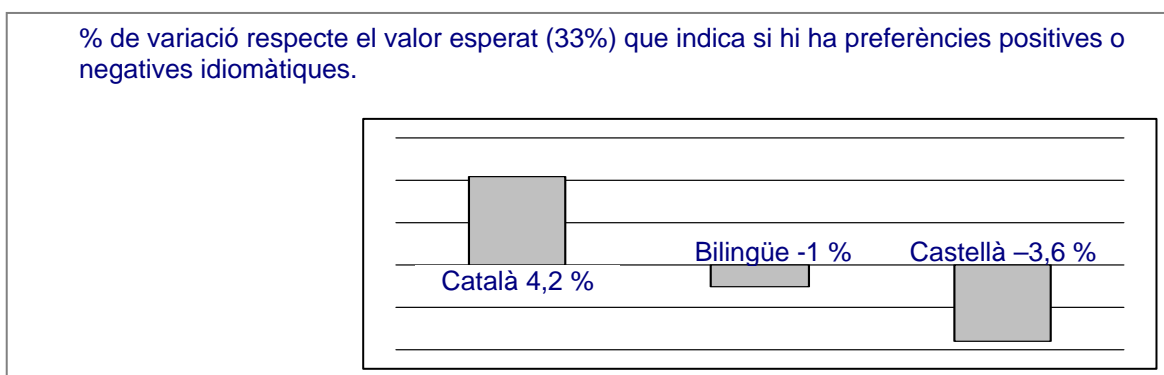
Justament explicarem el cas d'aquest experiment ja que es tractava d'una prova molt objectiva en què l'enquestador no suggereix el tema lingüístic i per tant reproduceix una compra molt més real, on el consumidor respon de manera molt més propera com si es trobés a l'establiment. La resposta era per tant molt més espontània. S'avaluava fins a quin punt la llengua influeix o no en les decisions que es prenen en aquest context, i si els consumidors en la compra real veritablement es decantaven més per una llengua que una altra. Per respondre aquesta pregunta es va realitzar un test a les 1000 persones entrevistades que consistia en un fals pretext d'envàs per a una nova marca d'aigua mineral. L'entrevistat desconeixia totalment l'objectiu de

"Les diferents llengües emprades en les dades obligatòries de l'etiquetatge multilingüe són pràcticament imperceptibles per a la majoria de consumidors."

l'experiment, només sabia que es tractava d'analitzar el consum. Es demanava la seva col·laboració a l'hora de triar el disseny més adequat fent la pregunta: "A partir d'aquests dissenys, digui, si us plau, quina de les tres

ampolles seria més probable que vostè comprés", sense mencionar res de la llengua. Dels tres envasos diferents d'aigua es va combinar la forma i la llengua a l'etiqueta, de manera que en van sortir 36 làmines diferents que es van repartir aleatòriament entre la mostra. Es va poder veure si hi havia un efecte subliminal de la llengua en la decisió dels consumidors. Efectivament, els resultats d'aquest experiment demostraven que, malgrat l'efecte rellevant del disseny de l'envàs,

existia un influència lingüística: els envasos etiquetats en català eren escollits per un 37,5%; en bilingüe, per un 32,5%, i en castellà per un 29,7%. Donat que el valor esperat, sense tenir amb compte la qüestió de la llengua, era d'un 33% i la variació respecte aquest valor ens diu si hi ha preferències (positives o negatives) idiomàtiques. Aquests resultats permetien afirmar que la llengua en l'etiqueta tenia una influència significativa a l'hora de triar un envàs o un altre. I que el català era el més favorable. En termes econòmics el següent gràfic expressa clarament el guany econòmic o les pèrdues que una empresa pot tenir en funció si etiqueta en català, bilingüe o castellà a Catalunya. La resposta (pels consumidors de Catalunya) sempre és clarament més favorable a l'etiquetatge monolingüe català, i la comercialment menys rentable, amb escreix, és la monolingüe castellana, totalment desaconsellable en termes econòmics.



En aquest mateix estudi de l'any 1992 es va elaborar un coeficient per mesurar la incidència comercial del català a partir de les respostes del qüestionari. Aquest n'era el resultat:

Incidència del català en el consum	Distribució de la població (en %)
Incidència molt afavoridora del consum	14%
Incidència afavoridora del consum	35%
Incidència neutra	32%
Incidència desafavoridora del consum	14%
Incidència molt desafavoridora del consum	5%

Finalment mostrem un darrer gràfic d'un estudi més recent, de l'any 1999, on resta palès que un 81,6% dels ciutadans enquestats considera que la presència comercial del català és molt o bastant escassa i que el 71,4% consideren que hauria d'augmentar.

“Quina hauria de ser la presència del català en les etiquetes dels productes de consum?”

Hauria d'augmentar	71,4%
S'hauria de quedar igual	22,8%
Hauria de disminuir	1,3%
NS/NC	4,5%

Font: GABISE, *Llengua i activitat econòmica a Catalunya*, 1999.

- c) **Per què malgrat tot, l'etiquetatge en català encara no està normalitzat i hi ha empreses importants que no empen la llengua catalana? Per què fins i tot hi ha empresaris catalans que no etiqueten en català?**

Donades les condicions econòmiques favorables i el context democràtic no hi hauria d'haver impediments reals per tal que l'empresariat etiquetés en català. Si encara hi ha moltes empreses que no ho fan, o fins i tot multinacionals que ho feien i després d'acabada la prohibició franquista no han normalitzada la política lingüística a nivell d'etiquetatge, no és pas per raons econòmiques

“Que per un mateix producte de gran consum, un ciutadà de Sòria pugui llegir els ingredients en la seva llengua, el castellà, i que un de Barcelona no ho pugui fer en català, és un tractament diferenciat i discriminatori vers el consumidor que cap empresa seriosa pot tolerar.”

de mercat. Una de les raons evidentment és la manca d'actualització del sector empresarial, de manera que se segueixen inèrcies d'actuació pròpies d'altres temps i es desconeix el funcionament del mateix sector empresarial en d'altres països. Sortosament les demandes dels consumidors, la coherència amb els propis codis de conducta (cada cop més necessaris a nivell comercial per les

exigències d'un mercat més conscienciat) i la modernització en general de les empreses, afavoreix que el català es vagi introduint en l'etiquetatge. Tanmateix al capdavant de les empreses del país o de les delegacions de les multinacionals foranes hi ha persones; i el tema del català malauradament no és tractat en termes econòmics, sinó en termes de prejudicis personals, més propis d'anàlisis sociològics que no pas de mercat. Les empreses que encara no han fet aquest canvi d'ubicació de la qüestió lingüística del català, que malauradament encara en són moltes, difícilment poden afrontar l'etiquetatge com una qüestió comercial i de drets del consumidor, sinó com un esdeveniment purament de l'òptica personal i ideològica que representa per cada persona la llengua catalana. Encara hi ha empresaris catalans que, en ple segle vint-i-u, es plantegen la inclusió del català en termes catalanistes o d'ideologia, cosa que naturalment, tot i la contradicció, no apliquen al castellà o a les altres llengües de l'etiqueta. Els prejudicis per sobre el tractament comercial han marcat el consumidor català, fins al punt que les empreses s'autojustifiquen amb

estudis interns esbiaixats, induïstes, subjectius, arribant als extrems que per exemple, una o dues queixes testimonials injustificades èticament en contra d'un etiquetatge també en català determinen més la política lingüística d'un producte que no pas desenes o centenars demanant la presència del català en l'etiquetatge. Aquest comportament és important en una part de l'empresariat català, o dels representants de les delegacions d'empreses a Catalunya, obeint a patrons de conducta social ja estudiats. Si no hi ha un canvi d'orientació en l'empresariat propi difícilment es pot produir en d'altres empreses, ja que són la referència, com a tot arreu, de les polítiques lingüístiques dins un àmbit geogràfic concret. Aquest comportament forma part de l'actitud del catalanoparlant que està acostumat a sentir-se culpable pel sol fet de ser-ho interioritzant aquesta culpa de manera col·lectiva fins al punt que sent la necessitat de disculpar-se constantment per la seva procedència, actitud que referma el no-català en el seu rebuig cap a la submissió del català, que al seu torn, sent una necessitat encara més gran de tornar-se a disculpar i el cicle fatídic comença de nou. S'interpreta que la presència de la llengua catalana causa un conflicte. Però no es considera causa de conflicte el fet de no ésser-hi. L'etiquetatge no és el conflicte, en tot cas seria inherent a la societat que rebutja l'etiquetatge no pas en l'etiquetatge en sí. De manera que en el cas que existís el conflicte tampoc es resoluria no etiquetant en català. Insistim, la raó principal de l'encara dèficit en l'etiquetatge en català rau en l'endarreriment del funcionament empresarial a l'Estat espanyol i a Catalunya (especialment, ja que n'és l'exemple normalitzador) pel que fa a la qualitat del producte vers el consumidor i a la poca voluntat de tractar la llengua en termes purament comercials tal i com s'assumeixen els altres àmbits de comercialització del producte.

d) Hi ha multinacionals i empreses de gran facturació que etiquetin en català?

Naturalment, i cada cop més. Sí, hi ha empreses multinacionals que etiqueten en català. De fet totes les grans empreses tenen codis de conducta tipificats i consells socials que vetllen per tal que d'una banda no hi hagi discriminacions culturals ni racistes vers els consumidors i per l'altra per fer acomplir els preceptes estipulats per les legislacions i drets reconeguts en el llocs on actuen. En aquests sentit no etiquetar en català és anar contra els propis codis i contra els drets reconeguts del consumidor. Les grans empreses serioses compleixen aquests requisits, o si més no en les actuacions en països democràtics i on el pes del consum és prou significatiu (com és el cas de la majoria de productes de gran consum a Catalunya). En aquest sentit hi ha empreses que així actuen al nostre país. En el cas de les que fan un tractament diferenciat respecte a la política seguida en d'altres països bàsicament es deu a dues raons: Els intermediaris o delegacions a nivell de l'Estat espanyol no apliquen la política general de l'empresa, exclouent el consumidor català dels preceptes de funcionament comercial global, o bé l'empresa desconeix els drets que ha d'aplicar en l'actuació al nostre país, bé per un dèficit en la informació rebuda a l'hora d'actuar-hi, o bé per imitació d'altres empreses locals encara no modernitzades en aquest sentit.

e) Perquè haig d'etiquetar en català si els catalans ja entenen el castellà?

Per la mateixa raó que cal fer-ho en danès o noruec malgrat coneixen perfectament l'anglès, o fins i tot islandès per als no encara 300.000 parlants d'aquesta llengua que coneixen i entenen l'anglès o el danès perfectament, per la mateixa raó que a bona part de Bèlgica cal fer-ho en neerlandès tot i conèixer perfectament el francès, o a la zona amb llengua pròpia sueca de Finlàndia cal fer-ho en suec tot i saber el finès, o al Tirol administrativament italià cal fer-ho en alemany tot i parlar perfectament l'italià, o en francès al Quebec tot i entendre perfectament l'anglès . Els casos en són moltíssims. Quan comentàvem en el segon capítol (2. *Per què cal etiquetar en català?*) les raons per les quals cal etiquetar en català, deixàvem ben clar que la funció de la llengua en l'etiquetatge no és només fer entendre una informació, sinó que té una estratègia comercial que pretén acostar el producte al client i així mateix respectar-lo. L'etiquetatge en català és un dret reconegut legalment per al consumidor que no poden passar per alt. A la vegada també és cert, per bé només de manera minoritària però real, que en l'etiquetatge puntual de certs productes, entre ells alguns d'alimentaris, sí que pot portar confusió o si més no un esforç suplementari el fet de no aparèixer el català, que afecta negativament l'entesa de la informació del producte per part d'un sector del consumidor català.

f) L'etiquetatge en català forma part del consum responsable? Si la meva empresa té un codi ètic de respecte al consumidor i no etiqueto en català, estic incomplint els preceptes de responsabilitat vers el client de l'empresa?

Sí, la presència del català en l'etiquetatge està inclòs dins els preceptes d'allò que s'anomena un consum responsable. El consum responsable abasta les diferents fases per les quals transcorre un producte, des de la seva elaboració fins a la comercialització. L'etiquetatge en català forma part d'aquesta darrera fase com a part integrant del consum responsable de la mateixa manera que l'és el respecte al medi ambient, el dret d'informació adient del producte per part del consumidor o els drets laborals de les persones que han intervingut en la producció. Pel que fa a la segona pregunta, també és afirmativa. Si la nostra empresa té uns compromisos públics d'actuació mitjançant un codi ètic pel qual ha de tenir present les comunitats on opera o es compromet a no mostrar actituds racistes, ni discriminatòries per raons culturals, llavors, moralment, per no entrar en contradicció amb el propi codi, ha d'etiquetar en català, com a mínim les informacions bàsiques de tots els productes de gran consum que distribueix en l'àmbit territorial català.

“No es pot considerar com a consum responsable un producte distribuït en l'àmbit català que no estigui etiquetat en català”

g) Què costa etiquetar en català?

El cost d'etiquetar en català es pot considerar ínfim, o fins i tot pràcticament nul si a l'etiqueta hi ha poca informació i se n'han de fer milers. L'argument pel qual no es pot etiquetar en català per raons de costos de l'etiqueta no té cap mena de fonament. El cost no és significatiu. Si un productor és

“L'etiquetatge en català no és un cost. És una inversió per a l'empresa.”

capaç de fer les despeses d'etiquetar en castellà pot fer-la també per al català. Especialment les empreses grosses ja de per sí fan renovacions periòdiques en els dissenys dels envasos i de les etiquetes; aprofitar aquestes renovacions per

incloure el català encara fa més insignificant aquesta inversió. Entra dins els efectes conjunturals perfectament assumibles per les empreses. En el mateix grau en què s'inclou una o altres llengües en l'etiquetatge també es pot incloure el català. La llengua catalana no presenta en aquest sentit cap complexitat afegida i existeixen totes les màximes facilitats per fer-ne una traducció correcta..

h) Com puc superar els problemes logístics i de doble estoc? Si per exemple dirigeixo una empresa petita i la logística no em permet ni tinc capacitat per fer dos estocs diferents; un pels Països Catalans i un altre per la resta de l'estat Espanyol, com puc etiquetar en català?

És una realitat que, per una banda l'empresariat no sempre controla la diferenciació en la distribució en el mercat, i que per l'altra, la ubicació de vendes és sovint molt fluctuant i imprevisible, de manera que un doble etiquetatge de grans estocs pot comportar la difícil mobilització del producte si es volen fer canvis en la distribució, a més d'altres costos que pot generar; amb l'afegit, en el cas concret del mercat espanyol, que per bé sovint hi ha diferenciacions establertes per zones de distribució que coincideixen força amb els àmbits lingüístics corresponents, aquestes no són tan marcades com les zones entre països o zones més extenses, de manera que el control s'afebleix.

Arran d'aquesta situació, és una evidència que, des de fa temps, i cada cop més, el plurilingüisme en l'etiquetatge de productes és un fet. La logística porta sovint a què la distribució d'un producte no es faci d'acord amb cada comunitat

“Demandar l'etiquetatge també en català és un acte totalment lícit i necessari. Exigir que el català no hi sigui present al costat d'altres llengües, quan el castellà ja en té la plena presència, és un acte de racisme que en cap cas s'ha d'avaluar ni justificar comercialment.”

lingüística on s'adreça, o per països, sinó que l'etiquetatge multilingüe permet no fer diferenciació d'estocs d'acord a la dinàmica funcional dels distribuïdors i del mercat. Així, les llengües triades en l'etiquetatge no són només les del propi lloc, o les que identifiquen el producte, o llengües pensant

en compradors d'altres comunitats lingüístiques que viatgen o es traslladen en aquell territori, sinó que sovint trobem llengües sense cap o quasi cap representativitat en el lloc on les comprem. Un producte comprat a Lisboa pot trobar-se etiquetat a la vegada en castellà, portuguès, grec i anglès. A vegades s'arriben a emprar més de 20 llengües diferents en una mateixa etiqueta, totes amb la informació bàsica i sovint de manera equitativa. Els recursos per encabir tota aquesta informació en són molts, i no hi ha impediment pel seu ús davant la imaginativa que obliga la logística de la distribució. En el cas del català, el bilingüisme o el plurilingüisme en l'etiqueta ofereixen també una bona solució. Fins i tot en el cas que volem fer els mínims canvis possibles en el disseny del producte o de la marca per tal d'avesar el consumidor al nou canvi, podem començar pels productes amb etiqueta ja plurilingüe i en les informacions bàsiques i anar avançant en la resta de la producció a mesura que ens anem implantant la nova política lingüística de millora de la qualitat vers el client. Si el plurilingüisme es basa en les informacions bàsiques del producte sovint la presència de les diferents llengües es fa imperceptible per la majoria dels consumidors, llevat dels que en són sensibles i que precisament en cerquen la llengua pròpia. Hi ha casos que fins i tot el bilingüisme de les dades obligatòries per les dimensions de la lletra es fa també imperceptible. Posteriorment podem anar consolidant el català en els productes amb etiquetatge fins llavors monolingüe. Moltes vegades la inclusió de l'etiquetatge en català ha servit a les empreses per fer una millora en el disseny del producte. Sempre hem de tenir present, naturalment, que si afegim el català i per tant fem una distribució conjunta, cal mantenir les llengües pròpies de la resta territoris de venda del producte.

i) Hi ha comunitats lingüístiques més petites que la nostra on l'etiquetatge en aquesta llengua està generalitzat en el mercat? Per a les comunitats lingüístiques comparables amb la catalana s'empra la llengua pròpia del territori de manera generalitzada en l'etiquetatge? Com funciona l'etiquetatge en els altres països plurilingües amb una situació similar a la de l'Estat espanyol?

La situació de l'etiquetatge en català de productes a Catalunya constitueix un cas excepcional, tant dins la Unió Europea, com en el context dels països desenvolupats de tradició democràtica. El cert és que no hi ha dins d'aquest àmbit cap comunitat lingüística comparable amb la catalana amb un grau tan baix de presència de la seva llengua en l'etiquetatge de productes. Sortosament el creixement que darrerament està experimentat l'etiquetatge en català, i les esperances en el sector, fan preveure que aquesta anomalia es pugui solucionar. Les empreses, per tant, dins del context dels països normalitzats (inclosos els de la Unió Europea), en aquest aspecte, inclouen en l'etiquetatge totes les llengües pròpies àmpliament parlades i amb prou pes comercial (comparables amb el català).

Certament la situació de l'Estat espanyol en aquest punt és una excepció. No hi ha en cap país desenvolupat de tradició democràtica amb comunitats lingüístiques pròpies amb tants milions de parlants i tanta vitalitat de la llengua que tingui un grau tan baix de presència d'aquestes llengües en l'etiquetatge. Aquesta anomalia pel que fa a l'Estat espanyol es fa extensiva a la vegada fins i tot respecte a d'altres països menys desenvolupats on hi ha coneixement suficient escrit de les diferents llengües. El ciutadà català, com a membre de la comunitat lingüística no normalitzada més important dins l'Estat espanyol n'és el primer perjudicat. Dins la Unió Europea no hi ha cap altre cas d'una llengua parlada per més de 7 milions de parlants que no sigui plenament present en l'etiquetatge. De fet, llevat del cas de l'Estat espanyol, no hi ha cap llengua parlada i escrita per més de 200.000 parlants (dades 2006) que no sigui plenament present en l'etiquetatge de tots els productes de gran consum. En el següent quadre, extret d'un treball de recerca elaborat el 2004 per la Plataforma per la Llengua, es mostra l'actuació excepcional de grans empreses respecte el consumidor català, en comparació a d'altres grups de consumidors igual o més minoritaris, i que, com el català, les respectives llengües tenen rang d'oficialitat o cooficialitat en els territoris corresponents.

	Barcelona		Altres indrets	ús de totes les llengües oficials	Llengües emprades
	ús de totes les llengües oficials	llengües emprades			
Patates Lays	No	castellà	Zagreb- Croàcia	Sí	serbocroat, ucraïnès, polonès, estonià, letó, lituà, hongarès, rus
Aspirina	No	castellà	Brussel·les- Bèlgica	Sí	francès, alemany, neerlandès
logurt Danone	No	castellà	Hèlsinki- Finlàndia	Sí	finès, suec, anglès
Cervesa Heineken	No	castellà, anglès	Zuric-Suïssa	Sí	francès, alemany, anglès
Puré Maggi	No	castellà	Zuric-Suïssa	Sí	francès, alemany, italià
Cerals Kellogg's	No	castellà, portuguès	Tallinn-Estònia	Sí	estonià, lituà, rus, eslovac, eslovè, turc, macedoni, polonès, romanès, serbocroat, hongarès, letó, búlgar, txec, anglès
Coca-cola	No	castellà	Quebec-Canadà	Sí	anglès, francès
Tònica Schweppes	No	castellà	Tallinn- Estònia	Sí	estonià, lituà, letó, suec, finès, noruec
Galetes PIM's de Lu	No	castellà, anglès, danès, noruec, suec, finès, italià	Brussel·les- Bèlgica	Sí	Neerlandès, francès, alemany
Xocolata Nestlé-Kit-Kat	No	Castellà, grec, anglès, alemany, portuguès, italià, neerlandès, francès, eslovè.	Copenhaguen Dinamarca	Sí	danès, italià, suec, finès, portuguès, espanyol, francès, alemany, hongarès

Cal recordar que mentre hi ha més de 7 milions de parlants de català a l'Estat espanyol, a Croàcia només al voltant de 4 milions i mig parlen serbo-croat, a Bèlgica, al voltant de 6 milions parlen neerlandès, 4 milions francès i 100.000 alemany, a Finlàndia uns 5 milions parlen finès i uns

300.000 parlen suec, a Suïssa, uns 4 milions parlen alemany, més d'un milió parlen francès i uns 250.000 italià, a Estònia, menys d'un milió parlen estonià, al Quebec (Canadà), uns 6 milions parlen francès, i a Dinamarca, al voltant de 5 milions parlen danès. En la majoria d'aquestes situacions, com en el cas català, els parlants tenen ple coneixement d'altres llengües molt més parlades a nivell internacional o dins el propi país, i per tant el plurilingüisme o bilingüisme pel que fa al coneixement de llengües entre llurs ciutadans també és un fet.

j) Si no etiqueto en català hi ha dèficits d'atenció al consumidor? Està reconegut el dret del consumidor de rebre les informacions de l'etiquetatge en català? Si hi és, haig de respectar aquest dret?

Sí, si no etiquetem en català hi ha dèficits d'atenció al consumidor. Pel que fa als productes de gran consum i d'àmplia distribució, i especialment en referència a les dades obligatòries, si no estan escrites en català existeix un dèficit clar en la qualitat en l'atenció al consumidor. No només això; sinó que estem vulnerant un dret reconegut legalment. El consumidor té el dret des de l'any 1993 per la Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor de 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. Aquest dret està avalat per la Unió Europea i per ratificacions signades per l'Estat espanyol. Per a més informació podeu llegir l'apartat 4 d'aquest document sobre la legislació i els acords de compra restringits a productes etiquetats en català. Atès que legalment existeix aquest dret, cal que les empreses el respectin. Tanmateix tot i incomplint-lo (llevat del cas dels productes catalans amb denominacions de qualitat, d'origen o artesanals) en el moment d'elaborar aquest document encara no poden ésser sancionades atès que el desplegament del reglament i el compliment del dret estan pendents de

“No val a dir: els catalans ja estan avesats a rebre les informacions només en castellà. Quaranta anys de dictadura i prohibicions també avesaria qualsevol altra comunitat lingüística. El fet d'avesar-se a rebre un tractament discriminatori no justifica en cap societat continuar essent discriminada, ni en l'etiquetatge ni en cap altre aspecte dels drets de les persones.”

desenvolupar. De tota manera no etiquetar en català les dades bàsiques d'un producte de gran consum destinat al públic en general és atemptar contra un dret reconegut del consumidor.

**k) El català està “imposat” en l’etiquetatge, o és el castellà la llengua “imposada”?
Existeixen obligacions d’aquest tipus en d’altres països?**

En la majoria de països amb llengües en situacions similars al català: llengües amb prou vitalitat, parlades per prou ciutadans però al mateix temps no essent idiomes d’àmplia distribució en molts països, i ensems tractant-se de societats modernes, desenvolupades i democràtiques, aquestes són sempre obligatòries en les dades bàsiques de les etiquetes de tots els productes de gran consum. Aquesta és la política generalitzada, amb l’excepció de la situació extraordinària de l’Estat espanyol. En aquest cas especial, tot i està reconeguda l’oficialitat de la llengua i fins i tot ésser per l’Estatut d’autonomia de Catalunya el català un deure de conèixer, no hi ha una reglamentació específica que determini les sancions a les empreses que incompleixen per altra banda un dret que sí que està reconegut (per la Llei 3/1993 de l’Estatut del Consumidor). Sí que hi ha protecció recolzada per sancions de la llengua castellana, i no només en els territoris on és pròpia sinó també fora d’aquests. Aquesta situació és força estranya en el context de la Unió Europea i dels països democràticament més avançats. Ja que a diferència d’aquests, a l’Estat espanyol només està establerta l’obligatorietat de manera general per només una de les llengües oficials o cooficials de l’estat amb un nombre significatiu de parlants, i no pas per les altres, i per l’altra, tot i ser el castellà una llengua amb molts parlants arreu del món, té una protecció especial, no sempre present en aquests casos. No obstant, i a l’empara de la legislació vigent, aquesta situació hauria de normalitzar-se, ja que el Govern català en té la plena competència (reconeguda en l’Estatut d’autonomia i pel Tribuna Constitucional) i ja ha fet els primers passos en reconèixer el dret de rebre l’etiquetatge en català i en fixar el compromís per llei per desenvolupar els reglaments específics per equiparar la nostra comunitat lingüística a la resta de casos comparables.

6.2. Com etiquetar en català

l) Quins productes i quines informacions cal que estiguin en català? Els productes de denominació d’origen han d’estar etiquetats en català?

Cal etiquetar com a mínim en català totes les informacions dels productes catalans distribuïts a Catalunya que gaudeixen de denominació d’origen, de denominació comarcal o de denominació de qualitat i també els que són productes artesanals (article 34 de la Llei1/1998 de política lingüística). És a dir; per exemple un cava català, un vi amb DO Penedès, un arròs amb DO Delta de l’Ebre, un oli amb DO de les Garrigues o un producte català amb el segell CCPAE de producte ecològic, cal que tinguin com a mínim tota la informació en català. Tots els terminis per aplicar aquesta obligatorietat ja han estat excedits, i llevat que el producte hagi estat etiquetat amb anterioritat a l’any 2000 (o 2003 per als empresaris autònoms) no podrà vendre’s en el mercat (Disposició

transitòria segona de la Llei 1/1998) A més cal etiquetar en català també els productes elaborats per les empreses concessionàries de la Generalitat de Catalunya i de les corporacions locals quan exploten o gestionen el servei concedit. Per la resta de productes, malgrat que no està desenvolupada la reglamentació, els terminis i les sancions, cal tenir present que el consumidor té el dret de 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 (article 26 de la Llei 3/1993 de l'Estatut del consumidor). Així les empreses estan obligades a com a mínim que les dades obligatòries de l'etiquetatge estiguin en català. Tanmateix l'incompliment d'aquest dret, ara com ara, a diferència dels casos anteriors, no pot ser sancionable, atès que el desenvolupament concret de l'aplicació encara està pendent. De tota manera l'empresariat hauria de respectar aquests dret reconegut oficialment per tal de no atemptar contra els drets del consumidor, aspecte bàsic en l'actuació d'una empresa.

m) L'obligatorietat d'etiquetar en català per a alguns productes afecta només als que es distribueixen de manera exclusiva a Catalunya o es independent de les altres àrees de distribució?

És totalment independent de la resta de l'àrea de distribució. Si per exemple un vi català de denominació d'origen es ven a Catalunya i també es ven amb la mateixa etiqueta a la resta de l'Estat espanyol o en un altre país, això no treu responsabilitats ni crea cap excepció per acomplir la llei en el territori sota administració catalana. A Catalunya tot l'etiquetatge ha d'ésser com a mínim en català si així està especificat per aquell producte. De la mateixa manera si l'empresa no és catalana però elabora i ven a Catalunya un producte català de denominació d'origen, l'ha d'etiquetar com a mínim en català.

n) Quins models d'etiquetatge hi ha per fer-ho en català? Quines estratègies es fan servir per etiquetar en català segons el tipus de producte i la distribució que té?

La presència del català en l'etiquetatge en català no ha d'ésser pas diferent de la presència de qualsevol altra llengua en un etiquetatge. D'aquesta manera, segons el producte, l'àmbit de distribució i el gruix de la informació en l'etiqueta, podem decantar-nos pels diferents models; tant en la tria de les altres llengües també presents com en la decisió d'emprar aquestes llengües en tota la informació de l'etiquetatge o només en aquella que és obligatòria. En tots els casos el català sempre hauria d'ésser present, com a mínim, en les dades obligatòries del producte. De manera orientativa hem classificat les diverses opcions lingüístiques més emprades en l'etiquetatge de productes distribuïts en l'àmbit europeu o de països democràtics. Els exemples esmentats corresponen a observacions realitzades l'any 2004:

a- Segons la distribució del producte podríem esmentar primer l'etiquetatge multilingüe en els casos que el producte es distribueix en més d'un estat i en més d'una comunitat lingüística. En aquest cas el producte està etiquetat en la llengua pròpia de la comunitat lingüística on el comprem, però a la vegada hi apareixen altres llengües atès el sistema de distribució del producte en d'altres llocs. Per posar algun exemple; les patates Lays venudes a Croàcia estan etiquetades no només en serbocroat, sinó també en ucraïnès, polonès, estonià, letó, lituà, hongarès i rus. O els cereals Kellogg's a Estònia, no només estan etiquetats en estonià, sinó que ho fan en un total de 15 llengües diferents: estonià, lituà, rus, eslovac, eslovè, turc, macedoni, polonès, romanès, serbocroat, hongarès, letó, búlgar, txec, i anglès. La xocolata Nestlé Kit Kat a Dinamarca a més del danès s'etiqueta en italià, suec, finès, portuguès, castellà, francès, alemany i hongarès. Així un producte venut a Catalunya, a més d'estar etiquetat en català, l'hauríem de trobar en d'altres llengües atès el sistema de distribució. Així passa amb molts productes d'actual distribució que a més del català també hi poden aparèixer el castellà, el portuguès, l'anglès, l'alemany o el francès.

b- Un segon cas seria per a aquells productes on la distribució està restringida dins d'un estat. Si l'estat només té una única llengua pròpia amb un quantitat prou significativa de parlats (les altres són molt poc parlades), només hi haurà una llengua en l'etiquetatge. Aquest seria el cas per exemple dels cereals Kellogg's a Dinamarca que s'etiqueten exclusivament en danès, i la Coca-cola a Islàndia només etiquetada en Islandès. Quan dins l'estat hi ha més d'una comunitat lingüística significativa de llengua pròpia (com és el cas de l'Estat espanyol), normalment s'etiqueta en totes les llengües pròpies de l'estat. Aquest seria el cas per exemple del iogurt Danone a Finlàndia, que s'etiqueta a tot el país en finès i Suec. El puré Maggi a Suïssa s'etiqueta en italià, francès i alemany, les tres llengües nacionals i oficials. Així mateix, els preservatius Durex a Bèlgica s'etiqueten per tot el país en francès, neerlandès i alemany, i de la mateixa manera l'Aspirina. En el cas d'un producte venut a Catalunya, això voldria dir que està etiquetat a la vegada en català, castellà, gallec i basc.

“El català en l'etiquetatge cal tractar-lo, com a mínim, amb les mateixes condicions que qualsevol altra llengua present.”

c- Un tercer cas seria el dels països on dins el mateix estat hi ha distribucions diferents (més d'un sistema de distribució en un mateix estat). En aquest cas l'etiquetatge és monolingüe segons la llengua pròpia de cada lloc. Així és només en castellà a la zona on el castellà és llengua pròpia i només en català a la zona on el català és llengua pròpia. En alguns casos només les dades obligatòries s'expressen també en una altra llengua. A vegades hi ha combinacions d'altres sistemes; en unes es fa una distribució plurilingüe i en d'altres es fa una distribució particular monolingüe o a partir de manera conjunta amb un altre país que comparteix comunitat lingüística. Un bon exemple seria el cas de molts productes a Suïssa que per zones de parla alemanya i francesa es distribueixen conjuntament etiquetats en alemany i francès; mentre la zona de parla

italiana comparteix distribució amb Itàlia en italià. També podríem posar el cas de la Coca-cola a Finlàndia: a Hèlsinki es distribueix únicament en finès; però en les zones de parla sueca es distribueix conjuntament amb Suècia en suec. En el cas d'un producte distribuït a Catalunya aquest tipus d'etiquetatge significa que l'única llengua emprada és el català si només es distribueix a Catalunya o en l'àmbit on el català és llengua pròpia, o per posar un exemple en català i francès si la distribució es fa conjunta amb l'Estat francès i diferenciada respecte les zones de llengua pròpia castellana de l'Estat espanyol.

d- També hi ha casos d'etiquetatge multilingüe no només tenint en compte la llengua pròpia de les comunitats on operen sinó també tenint en compte una o més llengües d'altres comunitats lingüístiques que s'han establert al territori o una llengua d'abast més internacional o d'ampli ús en

“Els productors han de ser coherents amb la política de tria de llengües i no fer excepcions per al català. Les polítiques d'inclusió de llengües normalment emprades per part de les empreses avalen la presència del català en l'etiquetatge.”

aquell territori. Així la xocolata Nestlé a Suïssa a més de l'alemany, el francès i l'italià empra també l'anglès. A Catalunya mateix molts vins tenen un etiquetatge multilingüe català, castellà i anglès (o fins i tot també alemany i francès). A Islàndia el puré

Maggi s'etiqueta en Islandès, francès i anglès. Aquest tipus de multilingüisme és molt comú en certs productes de països amb gran quantitat de turistes o de nous residents provinents d'altres llocs.

e- Finalment esmentarem l'etiquetatge per a comunitats lingüístiques pròpies amb pocs parlants. Cal recordar que aquest no és el cas de la comunitat lingüística catalana, ja que aquesta comercialment té un gruix molt notable de consumidors comparable o superior a la majoria de les llengües oficials a Europa. En comunitats lingüístiques amb pocs milers de parlants l'ús de la llengua no sempre és emprada de manera generalitzada en tots els productes. Generalment, i atenent cada cas, s'etiqueten els productes de més difusió o bé l'obligació s'escau sobre els productes elaborats en aquell territori i especialment els de tipus artesanal o de denominació d'origen o territorial. En alguns casos, certament, l'etiquetatge en aquestes llengües no és obligatori en cap cas i sovint, doncs, molt minoritari. Tanmateix en els països amb més sensibilitat en aquest aspecte, o bé on hi ha importants demandes socials, fins i tot comunitats petites tenen tots o bona part dels productes etiquetats en la llengua pròpia. Aquest seria el cas de les Illes Feroè (50.000) per al feroès, o el cas del Tirol del Sud per l'alemany (tot i que el pes poblacional aquí ja sobrepassa els 200.000 parlants). En el cas del Tirol del Sud, a Itàlia, on fins fa uns anys l'alemany era totalment absent en l'etiquetatge, ara és present en pràcticament tots els productes. Des de l'administració s'ha vetllat darrerament (2004) fins i tot que sigui present en les instruccions dels productes farmacèutics. La legislació d'Andorra no garanteix aquests nivells en l'etiquetatge

(uns 50.000 parlants), tot i que obliga a etiquetar en català els productes elaborats i a la vegada distribuïts a Andorra. Evidentment aquests casos no correspondrien al model de Catalunya, que té molts més parlants, i per tant en relació als models comparables, l'etiquetatge en català hauria de ser generalitzat en tots els productes. Així mateix, com veurem posteriorment, el tractament per part d'algunes empreses del consumidor català no arriba, sovint, ni tan sols al tractament de les Illes Feroè o del Tirol Sud, tot i que la comunitat lingüística catalana a l'Estat espanyol, tant en pes econòmic com en nombre de parlants, és molt més important.

o) En quins estaments o organismes estic obligat a etiquetar en català per vendre els productes?

Segons l'article 30.1 de la Llei 1/1998 de política lingüística, si s'és una empresa concessionària que gestiona o explota un servei concedit per la Generalitat i per les corporacions locals, cal etiquetar en català. L'Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català, insta als òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades a incorporar un seguit de previsions en els plecs de clàusules per a la contractació administrativa que inclouen l'etiquetatge en català. Així si el client és la Generalitat de Catalunya caldrà tenir en compte la presència del català en l'etiquetatge. Així mateix tots els ajuntaments, entitats i organismes que han signat mocions o acords de consum responsable estan compromesos a comprar, sempre que sigui possible, només productes etiquetats en català. D'entre aquests compromisos destaquem la campanya 'A Taula' endegada des de l'ADEC (Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català) i la Plataforma per la Llengua, que compta amb l'adhesió de centenars d'ajuntaments, universitats i entitats que es comprometen a consumir només aigües, vins, caves, cerveses i begudes refrescants etiquetats en català. És a dir, hi ha una sèrie d'empreses de begudes que per vendre llurs productes en tots aquests llocs els han de tenir etiquetats en català. Els organismes adherits a la campanya tenen el segell QPCAT (Qualitat per la compra de productes etiquetats en català). D'altra banda, moltes associacions i persones, sensibles a la responsabilitat social vers el consumidor, quan tenen capacitat d'organitzar esdeveniments (concerts, actes, congressos, càterings...) tenen en compte la presència del català a l'hora de fer la tria de productes. Per a més informació consulteu el punt 4.2. sobre obligacions, mocions i acords que estableixen el consum de productes etiquetats en català. Evidentment, i d'acord també amb la Llei1/1998 de política lingüística, tot producte català artesanal, de denominació d'origen o de qualitat distribuït a Catalunya ha d'estar etiquetat com a mínim en català. D'altra banda cal recordar que legalment no es poden rebre ajuts ni subvencions per part del Govern català si aquests darreres productes no són etiquetats en català.

p) Què entenem per etiquetatge? Quines dades de l'etiqueta hauria de posar en català?

Entenem per etiquetatge totes les dades informatives i de contingut sobre el producte, també promocionals que hi ha en l'embalatge, envàs, instruccions o altres fulletons i cartrons afegits al producte. Si és possible, i així es pot contemplar, és recomanable que totes aquestes informacions, és a dir tot el gruix de la informació escrita, sigui com a mínim en català (en aquest punt no contemplem el nom del producte per entendre'l com una marca comercial). Puntualment, i tenint en compte la distribució conjunta del producte també en d'altres indrets, a voltes es fa difícil d'encabir aquesta informació en moltes llengües. En aquests casos és recomanable que tant el nom del tipus del producte com totes les dades obligatòries en el lloc de venda siguin com a mínim en català; des dels ingredients a les especificacions de conservació, d'ús del producte, etc. En el cas concret dels productes catalans de denominació d'origen la Llei 1/1998 de política lingüística obliga que totes les informacions de l'etiqueta, no només les obligatòries, estiguin, com a mínim, en català. Altrament, si l'etiquetatge no és complert, poden aplicar-se les sancions.

q) Les dades obligatòries dels vins i caves de denominació d'origen (per exemple la inscripció si contenen sulfits) en quina llengua les haig d'escriure? Puc fer-ho en català?

Totes les informacions han d'estar com a mínim en català, així les dades obligatòries, entre elles l'expressió 'conté sulfits' cal que estigui obligatòriament escrita en català, altrament no compliríem la Llei. El Reglament No 1991/2004 de la Comissió Europea de 19 de novembre de 2004 recomana que aquestes dades obligatòries figurin com a mínim en una llengua oficial de la comunitat. El català és llengua reconeguda en les relacions dels ciutadans amb la Unió Europea i també en les sessions del Parlament, per bé no té la mateixa oficialitat reconeguda que d'altres llengües. Si es vol, per curar-se en salut, aquesta informació també es pot fer, a més del català, en una altra llengua de la Unió Europea (qualsevol altra). En tot cas però cal que també estigui en català tal i com queda reflectit en la Llei 1/1998 de política lingüística.

r) El nom de la marca comercial ha d'ésser en català si vull fer l'etiquetatge en aquesta llengua? Cal que canviï el nom del producte per etiquetar-lo en català?

La llengua de l'etiquetatge no contempla cap modificació en el nom del producte. No cal canviar el nom del producte per entendre que està etiquetat en català. La presència del català en l'etiquetatge no ve determinada pel nom de la marca (que pot ser en multiplicitat d'idiomes o fins i tot no classificable en cap llengua), sinó per les informacions escrites sobre el producte adreçades al consumidor. Sí que és cert, que amb la voluntat del productor per acostar el producte el client, a vegades hi ha canvis en el nom del producte per tal de fer més proper el missatge, cosa que es fa

amb moltes llengües i també pot fer-se en català, però no es considera com a part de les informacions que determinen la llengua de l'etiqueta sinó com a nom de la marca comercial.

s) Hi ha prou espai en l'etiqueta per afegir el català?

És una evidència que, des de fa temps, i cada cop més, el plurilingüisme en l'etiquetatge de productes és un fet. La logística porta sovint que la distribució d'un producte no es faci d'acord amb cada comunitat lingüística on s'adreça, o per països, sinó que l'etiquetatge multilingüe permet no fer diferenciació d'estocs d'acord a la dinàmica funcional dels distribuïdors i del mercat. Així, les llengües triades en l'etiquetatge no són només les del propi lloc, o les que identifiquen el producte, o llengües pensant en compradors d'altres comunitats lingüístiques que viatgen o es traslladen en

“No hi ha cap problema d'espai per encabir la llengua catalana en l'etiquetatge. Fins i tot empreses actualment amb productes encara monolingües a l'Estat espanyol, tenen àmplia experiència amb aquests mateixos productes, multilingües, en d'altres indrets.”

aquell territori, sinó que sovint trobem llengües sense cap o quasi cap representativitat en el lloc on les comprem. Un producte comprat a Lisboa pot trobar-se etiquetat a la vegada en castellà, portuguès, grec i anglès. A vegades s'arriben a

emprar més de 20 llengües diferents en una mateixa etiqueta, totes amb la informació bàsica i sovint de manera equitativa. Els recursos per encabir tota aquesta informació ja han estat “inventats” i en són molts, i no hi ha impediment pel seu ús davant la imaginativa que obliga la logística de la distribució. Per tant en cap cas afegir el català comporta un problema d'espai en l'etiqueta. Cal tenir en compte que molts productes distribuïts a l'Estat espanyol en una sola llengua, l'etiquetatge del mateix producte n'inclou dues o moltes més en d'altres països de distribució. Per tant la capacitat d'incloure més llengües en aquell producte està plenament demostrada i no presenta cap problema que no hagi estat ja superat.

t) Quines estratègies fan servir les empreses per anar introduint el català en l'etiquetatge?

La introducció del català pot fer-se de manera progressiva o simplement encarar tota la normalització en una única tongada. Ambdues estratègies han estat seguides en funció de les empreses i el tipus de producte que elaboren. En el cas d'un nou producte o d'un producte que es distribueix només en l'àmbit lingüístic català aquest canvi en una sola tongada és una bona fórmula. En d'altres casos les empreses que fins ara no introduïen el català en l'etiquetatge adopten diverses processos de normalització. Els canvis periòdics, de per si ja previstos, en el disseny de l'etiqueta poden ser una oportunitat per introduir i redissenyar els continguts per tal que el català hi sigui present. En algunes ocasions algunes empreses adopten formes intermitges per

tal d'avesar el consumidor al nou canvi. Així per exemple, d'un producte monolingüe en castellà, passen a un producte perfectament bilingüe i en acabat a un producte monolingüe en català, o bé bàsicament monolingüe català però amb les dades bàsiques obligatòries bilingües català-castellà. En d'altres casos de distribució conjunta per d'altres territoris amb d'altres comunitats lingüístiques pròpies, es comença per afegir el català en les dades bàsiques obligatòries, conjuntament o no amb d'altres llengües, mentre el gruix d'informació promocional continua essent només en una altra llengua. Posteriorment s'eixampla l'espai pel català igualant-lo en un bilingüisme o multilingüisme equitatiu. Pel que fa a l'ordre de les llengües cal entendre que es prioritzi el territori on hi hagi més vendes en la distribució. Així, probablement si una distribució comuna d'un producte en un 60% es ven a Alemanya i en un 10% als Països Catalans, és lògic que si cal fer distincions en l'etiqueta, l'alemany hi figuri en primer lloc. O a l'inversa, si un producte es ven un 60% als Països Catalans i en un 40% a la resta de l'Estat espanyol, és lògic que en aquests casos el català figuri de manera preeminent. D'altres empreses prenen el criteri del nombre de parlants i no pas de les vendes. Per exemple, tot i havent-hi la mateixa informació, i essent la distribució únicament per tot l'Estat espanyol, l'ordre dels continguts és per aquest ordre: castellà, català, gallec i basc. D'altra banda l'origen de l'empresa també pot afavorir la primera presència d'un idioma malgrat no ésser el més venut. Una empresa sueca pot etiquetar un producte en 14 llengües diferents amb la primera llengua o la segona el suec, tot i que constitueixi un percentatge petit respecte a la totalitat de les vendes.

“No hi ha una única manera per introduir el català en l’etiquetatge.”



Plataforma per la Llengua

Diputació 276, planta baixa

08009 Barcelona

info@plataforma-llengua.cat

www.plataforma-llengua.cat